Thorolf Lipp, Dieter Wiedemann (Hg.)

MEDIENZUKUNFT 2025
WIE KANN VIELFALT GELINGEN?

Zur Weiterentwicklung der öffentlich-rechtlichen Medien

[transcript] Edition Medienwissenschaft

Thorolf Lipp, Dieter Wiedemann (Hg.)
Medienzukunft 2025 – Wie kann Vielfalt gelingen?

Edition Medienwissenschaft | Band 58

Thorolf Lipp (Dr. phil.), Kulturanthropologe und Medienproduzent, ist Vorstand der Deutschen Akademie für Fernsehen. Neben Lehraufträgen an Universitäten im In- und Ausland ist er seit vielen Jahren medienpolitisch tätig, war Vorstandsmitglied der AG DOK sowie Sprecher des Deutschen Medienrates.
Dieter Wiedemann (Prof. em. Dr. phil.) war von 1995 bis 2012 Rektor bzw. Präsident der Filmuniversität Babelsberg Konrad Wolf. Er ist Autor und Herausgeber zahlreicher Publikationen zu Film, Fernsehen und Theater, insbesondere zu Rezeption und Wirkung sowie mit dem Schwerpunkt Kinder und Jugendliche.

Thorolf Lipp, Dieter Wiedemann (Hg.)

Medienzukunft 2025 – Wie kann Vielfalt gelingen?

Zur Weiterentwicklung der öffentlich-rechtlichen Medien



Diese Publikation wurde gefördert durch die Deutsche Akademie für Fernsehen (DAfF) und ihre Projektpartner.



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.



Erschienen 2024 im transcript Verlag, Bielefeld

Umschlaggestaltung: Kordula Röckenhaus, Bielefeld
Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar
https://doi.org/10.14361/9783839466070
Print-ISBN: 978-3-8376-6607-6
PDF-ISBN: 978-3-8394-6607-0
Buchreihen-ISSN: 2569-2240
Buchreihen-eISSN: 2702-8984

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Inhalt

Vorwort
Die Weiterentwicklung der ö/r Idee ist entscheidend, nicht aber der Erhalt von ARD, ZDF und Co. um jeden Preis

Thorolf Lipp & Dieter Wiedemann

Unser öffentlich-rechtliches (ö/r) Mediensystem ist nicht nur der wichtigste Auftraggeber für die Medienmacher*innen in diesem Land, sondern auch ein wichtiger Player für das Gelingen unserer Demokratie.

Jahrzehntelang war, trotz einer gewissen Konkurrenz durch private Mitbewerber, die Definitionsmacht der ö/r Anstalten weitgehend unangetastet. Als Folge der digitalen Transformation jedoch schwellen seit dem Beginn der 2000er Jahre Meinungsfluss und Bilderflut ständig an. Mediengeschichtlich betrachtet wird immer deutlicher, dass diese Situation in ihrer Dimension ein Novum mit immer noch unabsehbaren Auswirkungen darstellt, die natürlich auch für den Status der ö/r Medien nicht folgenlos geblieben ist.

Das Überwinden von gesellschaftlichen Informationsasymmetrien, immerhin ein zentraler Bestandteil des ö/r Funktionsauftrages, scheint den Anstalten immer weniger zu gelingen. Stattdessen wachsen die Ränder des Meinungsspektrums. Das schafft auf der einen Seite durchaus notwendige und wünschenswerte Korrekturen eines mitunter selbstgefällig und selbstreferentiell gewordenen ö/r Themen- und Meinungsmainstreams, der es sich in der Vergangenheit in der Komfortzone eines mit Ressourcen und Definitionsmacht üppig ausgestatteten Systems behaglich eingerichtet hat. Auf der anderen Seite werden aber auch solche Perspektiven immer sichtbarer, die sich nicht mehr auf allgemein akzeptierte Wissensstandards beziehen oder demokratische Werte grundlegend in Frage stellen.

Die lange sehr verhalten agierende Medienkommission der Bundesländer hat in den letzten etwa fünf Jahren endlich die Notwendigkeit erkannt, einen lange überfälligen Reformprozess der ö/r Anstalten anzuschieben. Für den dritten Medienänderungsstaatsvertrag wurden 2021und 2022 insbesondere der Funktionsauftrag sowie die Aufgaben der Rundfunkräte intensiv diskutiert und schließlich neu geregelt. Doch kaum hatte man sich auf Länder-ebene einigen können, kam im Sommer 2022 der Skandal um die Leitungsgremien des rbb: wahrscheinlich falsch abgerechnete Bewirtungskosten und Dienstreisen, willkürlich anmutende Leistungsboni, in-

transparente Beziehungsnetzwerke und ein maßlos wirkendes Wirtschaften über die tatsächlichen finanziellen Verhältnisse. All dies galt auf einmal als Synonym für den mangelnden Reformwillen der ö/r Anstalten und hat die Diskussion erneut befeuert. Die Anstalten wiederum reagierten mit der Drohung von eingeschränkten Angeboten an aktuellen Sendungen: der rbb wurde als »untypischer Ausrutscher« einer ansonsten soliden ö/r Medienlandschaft als »Schmuddelkind« in die Ecke gestellt, obgleich doch ausgerechnet dieser Sender gerade den Vorsitz in der ARD innehatte!

Die Medienkommission hat indes weitere Reformvorschläge z.B. zu modernisierten Compliance-Regelungen vorgelegt und reagierte im Frühjahr 2023 außerdem mit der Berufung eines als »Zukunftsrat« gelabelten Expertengremiums, das nun seinerseits bis Ende 2023 Reform-ideen erarbeiten soll. Ein Ende der Debatte um die Zukunft unserer ö/r Medien ist also keineswegs in Sicht. Wir Herausgeber dieses Bandes denken, je länger der Reformstau anhält, desto tiefgreifender und potentiell disruptiver werden am Ende die Folgen sein. Höchste Zeit also, die vielleicht zentralste Frage überhaupt in den Mittelpunkt der Betrachtung zu stellen:

Wie kann gesellschaftliche Vielfalt, also das rasant wachsende Mosaik an Wissen, Meinungen und Lebenswelten, durch ein reformiertes ö/r Mediensystem künftig angemessener abgebildet werden, ohne Verbindendes weiter abzubauen? Wie kann es gelingen, die ö/r Idee als solche wiederzubeleben und neu zu legitimieren, ohne in Besitzstandswahrungsdebatten zu erstarren?

Die Idee zu diesem Band entstand nach einem Symposium, das die Arbeitsgemeinschaft Medienzukunft der Deutschen Akademie für Fernsehen (DAfF) im Dezember 2021 in Berlin veranstaltete. Einige der Beiträge von damals sind hier verschriftlicht, weitere sind nach und nach dazugekommen.

Die DAfF ist einer der wichtigsten Zusammenschlüsse in der deutschen Medienlandschaft, vertritt alle Gewerke der Bewegtbildindustrie und verleiht mit der DAfFNE die hierzulande einzige unabhängige Branchenauszeichnung. Die DAfF versteht sich als multiperspektivischen Kommunikationsraum und Think Tank, da liegt es nahe, dass wir einen grenzüberschreitenden und interdisziplinären Ansatz vertreten. Die Autor*innen dieses Bandes kommen dementsprechend aus ganz unterschiedlichen Kontexten:

Dokumentarfilm und Journalismus, Fiktion und Unterhaltung, Medienwissenschaft und Beteiligungsforschung. Zu Wort kommen Wissenschaftler*innen und Filmemacher*innen, Redakteur*innen, Produzent*innen und Aktivist*innen. Einige Beitragende sind in mehreren Domänen gleichzeitig zuhause, etwa durch eigene journalistische oder filmemacherische Tätigkeit bei gleichzeitiger medientheoretischer Reflektion. Nicht zuletzt haben wir in einem eigenen Beteiligungsformat

auch den Medienschaffenden selbst die Möglichkeit gegeben, die Debatte mitzugestalten.

Die Diskussion um die Beantwortung der in diesem Band behandelten Fragen wurde auch zwischen den Herausgebern manchmal kontrovers geführt. Aber im Unterschied zu manchen Meinungsmacher*innen sind wir uns in einem einig: Was wir in den nächsten Jahren dringend brauchen, ist eine vorurteilsfreie Diskussion über die zukünftigen Aufgaben der ö/r Medien in pluralen Gesellschaften. Nicht beteiligen hingegen wollen wir uns an der in unseren Augen müßigen Grundsatzdebatte, ob es künftig überhaupt noch ein demokratisch legitimiertes ö/r Mediensystem braucht. Die vom Bundesverfassungs-gericht attestierte Bestands-, Entwicklungs- und Finanzierungsgarantie halten wir für richtig. Sie bedeutet allerdings nicht, dass institutionell alles so bleiben muss, wie es derzeit ist. Wichtig ist in unseren Augen die Weiterentwicklung der ö/r Idee und nicht der Erhalt des derzeitigen institutionellen Status quo von ARD, ZDF und Co. um jeden Preis.

Unser Buch ist in vier Teile gegliedert

Im ersten Teil legen Leonard Novy und Hermann Rotermund den Finger tief in die Wunde einer überholten Selbstwahrnehmung der ö/r Anstalten und formulieren demgegenüber grundlegende Kritik bei gleichzeitigem Ausblick in eine mögliche, bessere Zukunft.

Im zweiten Teil diskutieren die Beteiligungsforscher*innen Jörg Sommer, James Fishkin, Detlef Sack und Nora Freier die Möglichkeiten und Chancen, die sich aus der Umsetzung zeitgemäßer Dialogformate ergeben. Ergänzt werden diese Perspektiven durch das Aufzeigen ganz konkreter Handlungsoptionen für vielfältigere Beteiligung in der Produktion durch die Beiträge von Jonas Karpa, Susanne Dzeik, Sunju Choi und Sonya Winterberg.

Im dritten Teil geht es um die Frage, wie Strukturen innerhalb der bestehenden Institutionen grundlegend reformiert und so mit neuem Leben erfüllt werden könnten. Zunächst kommen altgediente Vertreter*innen der Anstalten zu Wort, die gleichwohl mit Kritik aus der Innenperspektive nicht sparen. Sabine Rollberg analysiert den in den letzten Jahren zunehmend problematisch gewordenen Redakteursberuf. Andreas Schreitmüller zeigt Schwächen des Systems die nicht zuletzt in ausufernden Hierarchien und den damit einhergehenden beschränkten Handlungsmöglichkeiten der einzelnen Akteure begründet sind, was in der Konsequenz zu Uniformierung, Banalisierung und Nivellierung des Programms geführt hat. Ina Knobloch wirft einen Blick von außen auf das System und kritisiert eine zunehmende Einflussnahme von politischen und wirtschaftlichen Interessen auf die Programmgestaltung. Dieter Wiedemann setzt sich kritisch mit der Rolle des in seinen Augen unterschätzten Kinderfernsehens auseinander und plädiert für ein sehr

grundsätzliches Überdenken von Finanzierungs- und Entscheidungsstrukturen sowie Bewertungsmaßstäben. Marion Esch fokussiert auf die fiktionalen Angebote und postuliert die Forderung nach einer tiefergehenden wissenschaftlichen Befassung mit den in ihren Augen unterschätzten Wirkungen von fiktionaler Unterhaltung auf gesellschaftsbildende Prozesse.

Im vierten Teil wird schließlich die These aufgestellt, dass gänzlich neue Institutionen und Verfahren zumindest ergänzend notwendig sind, um echte Reformen auf den Weg zu bringen. Ansonsten werden die Macht der Pfadabhängigkeiten und Besitzstandswahrungsdynamiken grundlegende Reformen im Keim ersticken. Thorolf Lipp, Cay Wesnigk und Jörg Langer plädieren in drei Beiträgen für eine Neugründung: Sie skizzieren einen senderunabhängigen Medieninnovationsfonds, der von Anfang an digital und nonlinear gedacht ist. So ein Vorhaben könnte einen Teil der erforderlichen ö/r Strukturreformen zunächst im Kleinen, dafür aber sehr rasch, vorwegnehmen, um psychologisch verstehbare Ängste vor grundlegenden Veränderungen zu nehmen. Thorolf Lipp begründet grundsätzlich, warum das notwendig ist und welche positiven Effekte zu erwarten sind. Cay Wesnigk macht deutlich, dass der Teufel oft im Detail steckt. So sind es nicht zuletzt vermeintlich trockene Lizenzfragen, die einen gewichtigen Beitrag zur Akzeptanz eines ö/r Medienangebotes beitragen, denn eine ganz entscheidende Frage lautet ja: Wer darf die mit Beitragsgeldern geförderten Medien wann, wo und wie lange nutzen und wer profitiert eigentlich davon monetär? Jörg Langer macht schließlich deutlich, dass es dem System nur gut gehen kann, wenn es den Medienschaffenden gut geht. Überzeugend legt er dar, dass das eben gerade nicht der Fall ist. Denn ein großer Teil insbesondere der freischaffenden Kreativen, die allerdings den größten Anteil am Programm herstellen, arbeitet unter prekären Bedingungen. Michael Esser diskutiert schließlich Möglichkeiten der Blockchain-Technologie für eine transparentere, fairere und demokratischere ö/r Unternehmenskultur.

Stimmen von Medienschaffenden

Wir haben uns von Anfang an bemüht, auch Medienschaffenden selbst eine Stimme zu geben. Im September, Oktober und November 2021 führte die DAfF, gefördert durch die Beauftragte für Kultur und Medien (BKM) fünf Online-Befragungsrunden durch, zu denen die rund 800 Mitglieder der DAfF sowie weitere Vertreter*innen aus 18 Berufsverbänden eingeladen wurden. Insgesamt hat das Angebot zur Beteiligung ca. 6000 Kreative erreicht, von denen sich am Ende 91 Personen zu den Diskussionsrunden angemeldet habe. Davon nahmen 41 Personen mit Redebeiträgen teil, darunter Vertreter*innen von acht der 18 eingeladenen Berufsverbände. In diesem Band werden die Einschätzungen, Vorschläge und Anregungen dieser Medienschaffenden zur Reform der ö/r Medien nun zusammengeführt. Nicht alles, was

hier gesagt wird, ist neu und manches mag vielleicht sogar ein wenig unbedarft klingen. Andererseits wird genau dadurch zweierlei deutlich: Erstens wird evident, dass auch altgedienten Medienschaffenden, trotz teils jahrzehntelanger Innensicht, die Entscheidungsstrukturen in den ö/r Anstalten als rätselhaft, unzugänglich und unveränderbar erscheinen. Zweitens steckt in dieser hier artikulierten Ohnmacht implizit die Botschaft, dass es sich erfahrungsgemäss nicht lohnt, an Reformdebatten überhaupt noch teilzunehmen da diese in der Vergangenheit ja nirgends hingeführt haben. Mit anderen Worten: es hat sich bei vielen Akteuren ein Gefühl von Resignation und Zynismus breitgemacht das am Ende dazu führt, dass man sich bestenfalls noch für die Verteidigung von ökonomischen Partikularinteressen stark macht.

Und auch ein weiterer Umstand kann als Alarmsignal gewertet werden: Eine Mehrheit der Kreativen wollte ihre Redebeiträge nicht unter Klarnamen veröffentlicht sehen: Es gibt also erkennbar Angst, öffentlich Kritik an den Anstalten zu üben da man Konsequenzen für das berufliche Fortkommen fürchtet.[1] Wir haben uns daher dazu entschieden, alle Redebeiträge konsequent zu anonymisieren. Um eine bessere Lesbarkeit zu erreichen und Sinnzusammenhänge herzustellen, mussten wir teilweise kürzen und sprachlich verdichten. So wollten wir einerseits den qualitativen Zugang und den Charakter der wörtlichen Rede erhalten. Gleichzeitig war es uns wichtig, wesentliche Aspekte aus insgesamt ca. zehn Stunden Gesprächen mit sehr unterschiedlichen Akteuren so aufzubereiten, dass ein verdichtetes Bild entstehen konnte das wesentliche Fragen von Medienschaffenden an das ö/r System verdeutlicht. Die überwiegend kritischen Redebeiträge kreisten immer wieder um die Themengebiete Vielfalt, Qualität, Quote sowie Strukturen in Redaktionen, Sendern und Aufsichtsgremien.

Um sie sinnvoll in die Gesamtdramaturgie des Bandes eingliedern zu können, finden sich thematisch passende Redebeiträge jeweils am Ende einiger der hier versammelten Artikel in einem eigenen Absatz.

Ausblick

Was wir bei der Konzeption und Realisierung dieser Publikation nur sehr schemenhaft im Blick hatten, ist die derzeit dramatisch an Fahrt aufnehmende Debatte über die zukünftige Bedeutung von Künstlicher Intelligenz (KI) für Produktionsprozesse

---

1 Dabei ist Kritik an den ö/r Anstalten aus den eigenen Reihen fraglos ein wichtiges Puzzlesteinchen bei der Bewertung der derzeitigen Krise. Vgl. dazu z.B. auch: Herden, Herles, Jochimsen, Schmidt (2023): Der aufhaltsame Abstieg des öffentlich-rechtlichen Fernsehens. Berichte von Beteiligten. Berlin. Edition Ost; oder auch: https://www.meinungsvielfalt.jetzt/; https://www.fairtv.net/vlog (beide aktuell zuletzt am 25.09.2023).

und darüber hinaus für die Gemeinwohlorientierung der ö/r Medien bei demokratischen Willensbildungsprozessen. Diese Themen beginnen sich gerade erst zu sortieren und zu formieren und könnten in einer weiteren Publikation zum Thema der AG Medienzukunft in der DAfF werden.

Geschlechtersensible Sprache

Die DAfF hat es jedem Beitragenden freigestellt, ob bzw. wie gendersensible Sprache zur Anwendung kommt. Wird nicht gegendert, sind immer alle Geschlechter gemeint.

Danksagung

Wir danken der Beauftragten für Kultur und Medien (BKM) sowie der Stiftung Kulturwerk der VG Bild Kunst für die Förderung des diesem Band zugrundeliegenden Symposiums am 12.11.2021 sowie der vorhergehenden, umfangreichen Befragungen der Medienschaffenden. Für einen großzügigen Druckkostenzuschuss danken wir Notar a. D. Werner Hofmann. Großen Dank für Redaktion und Lektorat schulden wir Dr. Martina Kleinert.

Last but not least danken wir allen Beitragenden herzlichst für ihre Bereitschaft, ihre Gedanken hier mit uns zu teilen.

Teil 1: Die Kritik am Bestehenden ist umfassend. Aber noch ist Zeit, sie in konstruktive Bahnen zu lenken.

Ende der Scheingefechte

Zeit für umfassende Reformen

Hermann Rotermund

Das gesellschaftliche Gespräch über die Medienzukunft wird von einem überschaubaren Kreis von meist institutionell verankerten Expert*innen geführt: leitende Mitarbeiter*innen von Medienunternehmen, Vertreter kreativer Branchen, Kultur- und Medienpolitiker*innen, Mitglieder und Mitarbeiter*innen von Aufsichtsgremien der ö/r Anstalten. Hinzu kommen abzählbare Mengen akademischer Spezialisten aus dem Medienrecht, der Medienökonomie, der Medienwissenschaft sowie eine kleine Gruppe von Medienjournalisten. Die größte Teilmenge unter diesen gut eintausend Personen bilden die Gremienmitglieder, denen allerdings nicht durchweg Expertise oder auch nur Lust und Laune an der Auseinandersetzung mit der Zukunft der von ihnen beaufsichtigten Anstalten unterstellt werden kann. Die allgemeine Öffentlichkeit ist an der medienpolitischen Kommunikation notorisch nur dann interessiert, wenn es ums Geld, also die Höhe des Rundfunkbeitrags geht. Dass der Beitrag als Solidarleistung erhoben wird und nicht die tatsächliche Nutzung ö/r Medien, sondern nur ihre Bereitstellung für eine mögliche Nutzung finanziert, ist in der Öffentlichkeit jedoch bislang trotz etlicher Vermittlungsversuche nicht verankert. Es kann auch angenommen werden, dass diese Begründung bei einer Abstimmung keinen Anklang fände, sondern dass eine Reduktion nicht nur des Beitrags, sondern auch der Angebote mehrheitsfähig wäre.

Nicht nur dem allgemeinen Publikum, sondern auch den Experten ist oft unklar, an welcher Stelle des Verantwortungsgefüges, das die ö/r Medien umgibt, eigentlich die entscheidenden Drehungen erfolgen müssen, mit denen Veränderungen bewirkt werden können. Es könnte sich daher lohnen, zunächst einen Rück- oder Seitenblick auf Initiativen zu werfen, die Reformprozesse im Bereich der ö/r Medien in Gang setzen wollten.

In den letzten zehn Jahren gab es viele solcher Initiativen. Parteien – auffällig sind dabei vor allem die FDP und die AfD –, Institute und Beratergremien erzeugen einen ständigen Strom von Vorschlägen. Die meisten laufen auf eine Kürzung des Rundfunkbeitrags und die Reduktion des Auftrags auf einige Kernbestandteile hinaus. Diese Vorschläge erreichen selten eine breite Resonanz. Allerdings ist z.B. die Forderung nach Reduktion des Rundfunkbeitrags anhaltend populär. Eine 2018

durchgeführte Umfrage hat ermittelt, dass nur 17 % der Befragten einen höheren Beitrag als 10 Euro für angemessen halten (Statista 2018). Es kann vermutet werden, dass ein »Plattformmodell« mit 10 Euro »Flatrate« für ö/r Medienangebote eine knappe Mehrheit findet. Den systemkritischen Initiativen steht eine ganze Reihe von Aufrufen und Wortmeldungen gegenüber, die sich dem Motto verschreiben: »Wenn es den ö/r Rundfunk nicht gäbe, müsste man ihn – gerade jetzt – erfinden«. Diese sonntagsrednerische Position beschränkt sich auf die Unterstützung des ö/r Systems, wie es ist, und ist meist blind gegenüber den in der Umgebung stattfindenden und im System selbst notwendigen Veränderungen. Politisch wird sie von Vertretern der SPD, den Grünen, der CDU/CSU, auch – meist mit einigen zusätzlich gesetzten Akzenten – von der Linken, von Gewerkschaften und Kulturverbänden getragen. Auch die Aufsichtsgremien der Anstalten neigen ihr zu.

Es scheint bei vielen Vertretern aus diesem Kreis letztlich inaktiver Wohlmeinender eine ausgemachte Sache zu sein: Kritik am System ö/r Medien öffnet Tür und Tor für Angriffe auf die demokratische Verfassungsordnung und muss deshalb grundsätzlich abgewehrt werden. Öffentliche Auseinandersetzungen mit Versäumnissen und Akzeptanzdefiziten sollten daher unterlassen werden. Wie kommt es zu dieser großen Deutschland-Koalition? Ihr einigendes Band ist offenbar das Bedrohungs-Narrativ: Die Demokratie erleide Schaden, wenn der ö/r Rundfunk als marktunabhängige und staatsferne Instanz infrage gestellt würde. Eine demokratiestützende Funktion wird vor allem dem unabhängigen politischen Journalismus zugeschrieben, der allerdings nur einen kleinen Teil der Programmarbeit und des Programmaufwands der ö/r Anstalten ausmacht. Deren Beitrag zur öffentlichen und privaten Meinungsbildung darf sicher nicht auf diesen journalistischen Kernbereich reduziert werden. Auch die Produktionen auf anderen Feldern – Beratung, Kultur, Bildung sowie Unterhaltung einschließlich Sport – leisten Beiträge dazu. Die Demokratierelevanz wird allerdings bei Mord und Totschlag (nach eigener Zählung und überschlägiger Berechnung im Durchschnitt fünf in ARD, ZDF, One und Neo inszenierte Morde täglich) und bei den teuer eingekauften Sportrechten fragwürdig. Die Fußball-WM 2022 hat die Beitragszahler soviel gekostet wie mehr als 130 *Tatorte* (Spiegel 2015; T-Online 2019) – oder deren friedfertigere Äquivalente. Es darf zudem nicht übersehen werden, dass die zunehmend rundfunkabstinenten Alterskohorten unter 50 sowie die Bevölkerungsanteile mit ausländischen und migrantischen Wurzeln (annähernd 25 Prozent) von den linearen und sogar sämtlichen ö/r Angeboten nicht oder kaum noch erreicht werden. Das Bedrohungs-Narrativ malt zudem ein Bild der Gefahren, die angeblich von den sogenannten sozialen Medien ausgehen, in denen eine Bevölkerungsmehrheit aktiv ist: Manipulation, Echokammern, gesellschaftliche Spaltung. Für diese Bedrohungen gibt es jedoch von unabhängigen Medienpsychologen und Soziologen keine Bestätigungen (Bruns 2019; Dubois & Blank 2018; Mahrt 2019; Kaube & Kieserling 2022).

Es fehlt nicht an klugen Analysen zu Details der Medienpolitik, zur Organisation der Struktur und der Aufgaben der ö/r Institutionen und vielen damit verbundenen Fragen. Sie werden auch im Rahmen von internationalen Organisationen wie der European Broadcasting Union (EBU)[1] oder auf Tagungen von System-Sympathisanten wie der Veranstaltungsserie @RIPE (alle zwei Jahre seit 2003)[2] diskutiert. Neben dem fundamental-kritischen und dem liebevoll-solidarischen gibt es einen dritten Typus von öffentlichen Initiativen und Erklärungen zur Rolle der gemeinschaftsfinanzierten Medien. Bislang hat noch keine von ihnen ein nennenswertes Echo erzeugt oder gar etwas bewirkt. Einige lehrreiche Beispiele zeigen, dass es trotz unterschiedlicher Motive und Herangehensweisen ein gemeinsames Problem gibt.

Das an der Leuphana-Universität Lüneburg 2012 bis 2015 betriebene, EU-geförderte Projekt *Grundversorgung 2.0* wollte einen Beitrag zur Neudefinition des öffentlichen Auftrags unter Berücksichtigung des Medienwandels und des Generationenabrisses leisten. Erforscht werden sollten die gewandelten Konstitutionsfaktoren von Öffentlichkeit, von Finanzierungs- und Organisationsformen, des Publikums- und Nutzerverhaltens. Darüber hinaus ging es um die experimentelle Entwicklung und Erprobung neuer Ansätze und Formate web-basierter medialer Grundversorgung. Letzteres gelang, eine Arbeitsgruppe gewann unter dem Namen *Hyperbole* 2015 einen Grimme-Online-Award in der Kategorie Kultur und Unterhaltung. Ein äußerst idealistisch argumentierendes, radikal auf eine basisdemokratische Entscheidungsfindung setzendes Thesenpapier erzielte in den Medien, in Verbänden, bei den Sendeanstalten und bei Medienpolitiker*innen keine Resonanz. Es enthielt unter anderem die Wiederauflage einer interessanten Idee, nämlich die eines »Rundfunkfonds«, die schon 2009 von den Ökonomen Hanno Beck und Andrea Beyer 2009 entwickelt worden war. Um Mittel aus diesem Fonds sollten sich, auf Ausschreibungen und initiativ, ö/r wie private Sender bewerben können. Der unter Aufsicht von Rundfunkräten stehende Fonds würde zum neuen Wahrer des Grundversorgungsmandats werden. Rundfunkrat, Fonds und grundgesetzlicher Rundfunkauftrag würden von den Anstalten entkoppelt. Beiträge des Projekts auf Diskussionsforen und medienpolitischen Konferenzen blieben folgenlos.

Die 2014 gegründete und noch aktive Initiative eines *Publikumsrats* will Beitragszahler*innen stärker in die Programmgestaltung der ö/r Medien einbeziehen. Dazu stellt sie eine Reihe von sehr allgemein formulierten Forderungen auf: Umgestaltung der Aufsichtsgremien, mehr Transparenz der Gremien und der Medienpolitik, inklusivere Programme und Medienangebote, unbegrenzte Verweildauern von Mediathek-Angeboten. Die in der Initiative vertretenen Medienwissenschaftler*innen

1 Die Zeitschrift VIEW Journal veröffentlicht Beiträge aus allen Mitgliedsländern der EBU.

2 Tagungsbände dieser Reihe sind größtenteils bei Nordicom erschienen.

haben offenbar keine Querverbindungen in die Medienbranche, in die Sendeanstalten und in die Medienpolitik. Auch deshalb haben die Vorschläge bis heute kein produktives Echo gefunden.

Die 2017 im Tagesspiegel und bei Netzpolitik.org erschienenem *Zehn Thesen*, die von über 600 Personen unterschrieben wurden, spitzen ohne jede Radikalität letztlich das von den ö/r Medien verbreitete Selbstverständnis in eigenen Worten ein wenig zu:

1. Gäbe es den ö/r Rundfunk nicht, müsste man ihn gerade jetzt erfinden
2. Der Online-Auftrag muss weiter gefasst werden
3. Mehr Transparenz ist Voraussetzung für mehr Beteiligung
4. Erfolg ist mehr als Quote
5. Sender müssen Plattform werden
6. Lokale Berichterstattung muss – wo notwendig – ermöglicht werden
7. Die Ö/r müssen mehr Europa wagen
8. Der Auftrag bestimmt den Beitrag – nicht umgekehrt
9. Klassische Angebote müssen überprüft werden
10. Ein Verbreitungsweg neben dem Internet unter öffentlicher Kontrolle muss zukünftig erhalten bleiben

Das Echo aus dem Publikum in Internet-Foren enthielt weitaus schärfere kritische Forderungen. Reaktionen von medienpolitisch und institutionell Verantwortlichen spielten in der öffentlichen Diskussion keine Rolle. Die Thesen verschwanden ohne weitere Befassung in den Pressearchiven.

Ein Workshop von 40 Mitarbeiter*innen und Sympathisant*innen des ö/r Systems, teilweise mit technischer Kompetenz, skizzierte unter der Bezeichnung *Beyond Platforms* im Sommer 2019 ein Gegenbild zu den vom damaligen Intendanten des Bayerischen Rundfunks Ulrich Wilhelm mehrfach vorgebrachten Vorschlag einer europäischen Plattform von Rundfunk- und Kulturinstitutionen. Statt einer Gründung von oben sollte es um ein nutzerorientierte, offene und nicht von wirtschaftlichen Giganten kontrollierte Infrastruktur gehen. Nach einem zweiten ergebnislosen und ausstrahlungsarmen Treffen veröffentlichte die Initiative im Jahr 2022 auf ihrer umgestalteten Website ein idealtypisches Konstrukt einer durchaus kommerziellen, aber nicht durch einseitige Interessen und Machtansprüche kontrollierten Infrastruktur. Ihr zentraler Angelpunkt ist eine »Registry« genannte Instanz, über die Nutzer*innen direkt oder indirekt (über »Broker«) auf Inhalte von Anbietern nach deren jeweiligen Regeln zugreifen können. Die Inhalte kommen aus Europa, die Nutzerdaten bleiben in Europa, ebenso die Einnahmen bei zahlungspflichtigen Inhalten oder Werbung. Das Modell vermag Sympathie zu erwecken, die Initiative formuliert jedoch keine Idee zu seiner konkreten Realisierung, zu eventuellen Partnern und Ressourcen. Insofern bleibt der Anspruch der »Stärkung pluralisti-

scher Gesellschaften mit freiheitlich demokratischer Grundordnung und europäischer Kulturvielfalt« eine Leerformel. Ob sie die tatsächliche Arbeit der Initiative, an dessen Gründung auch der heutige Intendant des Hessischen Rundfunks mitwirkte, nur verdeckt oder gar ersetzt, erschließt sich nicht.

Die jüngste Initiative zur Verbesserung des ö/r Systems (und nicht nur seines Rufs) reagiert unter der Inklusivbezeichnung *Unsere Medien* Ende 2022 indirekt auf das gutsfrauliche Finanzgebaren beim Rundfunk Berlin-Brandenburg. Explizit handelt es sich um den Aufruf zur Auseinandersetzung mit dem Entwurf der nächsten Novelle des Medienstaatsvertrags. Der knappe Text beginnt mit der Versicherung kritischer Solidarität gegenüber den ö/r Medien: »Im digitalen Zeitalter brauchen wir sie noch mehr denn je.« Die Leistung des Systems soll in einem breiten Dialog verhandelt und überprüft werden: »Dieser Dialog erfordert geeignete Prozesse und Plattformen und muss alle gesellschaftlichen Gruppen in ihrer Diversität adressieren.« Entwicklungsmöglichkeiten der Sender im digitalen Raum und eine bessere Abstimmung von ARD und ZDF sind weitere Punkte des Aufrufs. Mit diesen vagen Formulierungen soll eine Debatte über den Auftrag der gemeinschaftsfinanzierten Medien angestoßen werden. Entscheidend für die Setzung von rechtlichen Rahmenbedingungen sind die medienpolitischen Instanzen in der Exekutive und Legislative der Länder. Der Appell formuliert jedoch ganz allgemein: »Ich appelliere an Sender und politisch Verantwortliche, den dafür notwendigen Dialog jetzt in Gang zu setzen und zu verstetigen.« Wer soll mit wem unter welchen Bedingungen und auf welcher Plattform in Dialoge treten? Und worüber, über welche Konzepte, Forderungen, oder Visionen? Dazu sagt der Aufruf kein Wort. Im Grunde sorgen die verwaschenen Formulierungen des Appells selbst dafür, dass die genannten Adressaten sich wenig um ihn kümmern müssen.

Neben den hier aufgeführten Initiativen gibt es eine nicht abreißende Kette von Stellungnahmen und Diskussionsaufrufen. Häufig wird von Konferenzen berichtet, auf denen eine große Debatte über die Zukunft der ö/r Medien gefordert wurde. Dabei werden jedoch weder die Programmpunkte einer solchen Debatte noch konkrete Reformmodelle vorgestellt, an denen sich diese Debatte orientieren könnte.

Die zuständigen Ebenen der Medienpolitik verschleppen seit mehr als zehn Jahren die Anpassungen des »Rundfunkauftrags«, die unter den Bedingungen der Digitalisierung und der mit ihr verbundenen fortlaufenden gesellschaftlichen Veränderungen dringend notwendig sind. Die ö/r Anstalten sind nicht strategiefähig und reagieren auf jede Aufforderung zu Veränderungen mit einer wagenburgartigen Abwehr. Auf der anderen Seite gibt es jedoch auch keine ernstzunehmenden und erfolgversprechenden Initiativen, die eine Transformation des ö/r Rundfunks zu zeitgerecht operierenden digitalen Medien auf dem Programm haben. Aufrufe ohne klare Ziele und Ansprechpartner, wie *Unsere Medien*, gibt es dafür allzu häufig, sei es von Gruppen oder von Einzelpersonen.

Einige Defizite und Fehler der vergangenen Initiativen ließen sich durchaus vermeiden – ohne dass dies allein allerdings schon mehr Erfolg verspräche.

Initiativen aus der Perspektive einzelner Branchenteilnehmer oder von Gruppen, die beanspruchen, das Gesamtinteresse der Mediennutzer zu vertreten, sollten sich nicht auf das Formulieren von Wünschen beschränken. Notwendig sind reale oder zumindest virtuelle Bündnisse mit den anderen Gruppen, die am System beteiligt sind. Die Misere der unterfinanzierten Dokumentaristen und die vom ö/r System vernachlässigten Interessen breiter Publikumsschichten bilden ein Gesamtsyndrom der Auftragsverweigerung. Die Darlegung der damit verbundenen komplexen Probleme bedarf Formen der eingängigen Erläuterung; Beispiele für die Mängel, aber auch für Lösungen sind notwendig. Lösungsvorschläge müssen zudem die großen Tendenzen des Medienwandels berücksichtigen. Beispielsweise kommen Dokumentarfilmer, die über fehlende Sendeplätze im linearen Fernsehen klagen, ihrem Publikum nicht näher, wenn sie nichts als solche Sendeplätze erhalten. Sie benötigen attraktive Online-Umgebungen, die auch direkte Kontakte mit den Zielgruppen ermöglichen. Kritik darf nicht auf halber Strecke stehen bleiben, sondern muss in Vorschlägen und Forderungen münden, also Maßnahmen und Strategien benennen. Die tatsächlich kompetenten und mit Handlungsmacht ausgestatteten Personen in den Länderregierungen und -parlamenten müssen aus ihrer Anonymität herausgeholt und direkt angesprochen werden, um eine Befassung mit den Vorschlägen zu bewirken und Reaktionen zu erreichen. Die bloße Veröffentlichung von Manifesten reicht dazu absolut nicht aus.

Ob das »Fenster der Möglichkeiten«, von dem der Aufruf *Unsere Medien* spricht, wirklich den Wind der Veränderungen hereinlässt, liegt im Wesentlichen im Belieben der Medienpolitik. Die Führungsriegen der Sendeanstalten sind keine geeigneten Ansprechpartner für das Anliegen von systemverändernden Initiativen. Sie haben das zu lösende Problem zu einem nicht geringen Anteil verursacht und können aus Gründen der Pfadabhängigkeit und vorhandener gesetzlicher und verfahrensrechtlicher Regeln Forderungen nach Erneuerung kurzfristig nicht realisieren. Ein gewisses Verständnis für die Notwendigkeit grundlegender Veränderungen könnten die Aufsichtsgremien entwickeln, aber mehr als eine Sympathiegeste ist systembedingt auch von ihnen nicht zu erwarten. Die Weiterentwicklung des ö/r Mediensystems betrifft viele institutionell mit ihm liierte Gruppen und über sie hinaus das allgemeine Publikum – hängt jedoch letztlich fast allein von den Medienpolitikern der Länder ab. Die Texte dieses Buchs sollten als Signal verstanden werden, dass die Zeit der Scheingefechte und Sonntagsreden ihr Ende erreicht hat. Das medienpolitische Gespräch über die Transformation des ö/r Mediensystem zu einer digitalen und dialogfähigen Medienplattform muss nun endlich folgenreiche Formen annehmen.

Prof. Dr. Hermann Rotermund lehrte Medienwissenschaft an der Rheinischen Fachhochschule Köln und an der Leuphana-Universität Lüneburg. Von 1996 bis 2000 war er an der Gründung ö/r Onlinemedien beteiligt. Seine Forschungsschwerpunkte sind der Medienwandel und die Ideengeschichte(n) der Formalisierung.

Literatur

Bruns, Axel, (2019), Filter Bubble. Internet Policy Review, 8(4).

Dubois, Elizabeth; Grant Blank (2018), The Echo Chamber Is Overstated: The Moderating Effect of Political Interest and Diverse Media. Information, Communication & Society, 21(5), 729–745.

Kaube, Jürgen; André Kieserling (2022), Die gespaltene Gesellschaft. Berlin: Rowohlt.

Mahrt, Merja (2019), Beyond Filter Bubbles and Echo Chambers. The Integrative Potential of the Internet. Berlin: Digital Communication Research (DGPuK).

Spiegel (2015), ARD und ZDF zahlen mehr für Fußball-WM. Der Spiegel 23.01.2015. https://www.spiegel.de/spiegel/vorab/fussball-wm-ard-und-zdf-zahlen-mehr-fuer-uebertragung-a-1014576.html (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Statista (2018), Welche Höhe finden Sie für den Rundfunkbeitrag angemessen? https://de.statista.com/statistik/daten/studie/879576/umfrage/umfrage-zu-der-angemessenen-hoehe-fuer-den-rundfunkbeitrag/ (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

T-Online (2019), Steven Sova, Diese ARD-Sendungen kosten am meisten Geld. https://www.t-online.de/unterhaltung/tv/id_86820394/-tatort-co-diese-ard-programme-kosten-am-meisten-geld-.html (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Reform und Teilhabe

Leonard Novy

Einleitung

2022 wird als annus horribilis in die Geschichte des ö/r Rundfunks eingehen. Dabei sind die Skandale und Debatten der letzten Monate auch Ausdruck einer tiefergehenden System- und Sinnkrise, aus der auch eine Akzeptanzkrise werden kann. Um den sich rasant ändernden Nutzungsgewohnheiten ihrer Nutzer*innen, neuen Erwartungen und Erfordernissen zu begegnen und die asymmetrische Auseinandersetzung mit Big Tech zu bestehen, braucht es grundlegende Veränderungen.

System- und Identitätskrise

Schon mit geringem zeitlichem Abstand erschien der Skandalsommer 2022 um die ehemalige rbb-Intendantin Patricia Schlesinger und ihr Führungsteam wie ein perfekter Sturm. Was sich zunächst noch ausgenommen hatte wie das Sittenbild eines längst vergangenen West-Berliner Filzes, stürzte bald nicht nur den rbb, sondern die ARD und den ö/r Rundfunk insgesamt in die wohl größte Krise seines Bestehens. Schnell wurde klar, dass es um mehr ging als um Compliance, Gremien und Intendantengehälter. Im Stakkato der Berichterstattung zu Finanzgebaren und Kontrollversagen (und erstmals vor den Augen einer breiten Öffentlichkeit), aber auch in den Reaktionen der ARD, offenbarte sich etwas Grundsätzlicheres: Eine System- und Identitätskrise, aus der auch eine Akzeptanzkrise werden kann – mit potenziell existenziellen Folgen für den Fortbestand ö/r Medien in Deutschland. Zwar wird dem journalistischen Output von ARD, ZDF und Deutschlandradio gesamtgesellschaftlich nach wie vor hohe Wertschätzung entgegengebracht (ca. zwei Drittel der Bevölkerung haben Umfragen[1] zufolge großes oder großes Vertrauen in die Berichterstattung). Der Schaden für die Akzeptanz der Ö/r als Institution und

1 Vgl. die Ergebnisse der Forschungsgruppe Wahlen im Rahmen des ZDF-Politbarometers (ZDF 2023) und Jakobs, Schultz et al. 2021.

mithin deren Beitragsfinanzierung dürfte, auch jenseits jener radikalisierten Minderheit, die ihrer Kritik am »Staatsfunk« seit Jahren lautstark und effektiv Ausdruck verleiht, dennoch gravierend sein. Was noch schwerer wiegt: Die Systemfrage, sie wird plötzlich nicht nur von jener Minderheit gestellt, die seit jeher davon träumen, ARD, ZDF und Deutschlandradio kleinzusparen, zusammenzulegen oder gleich ganz abzuschaffen. Sondern auch von Befürwortern und Mitarbeitenden ö/r Medien, die den Glauben an ihre Reformierbarkeit verloren haben. Nachdem die ersten Schockwellen vergangen waren, entfalteten Sender, Gremien und die notorisch schwergängige föderale Medienpolitik einen prima facie beispiellosen Reformeifer. Gremien und Geschäftsstellen sollten ertüchtigt, Transparenz-, Compliance- und Kontrollstandards vereinheitlicht werden – im Grunde nur der Nachvollzug dessen, was angesichts der Größe des Systems selbstverständlich sein sollte. Unter dem Eindruck einer zusehends ungehaltenen Medienpolitik wagte WDR-Intendant Tom Buhrow mit seiner Rede beim Hamburger Übersee-Club Anfang November 2022 dann jenen – ganz »privaten« (und tatsächlich nicht uneigennützigen) – Entlastungsschlag, mit dem die Debatte über Auftrag und Aufstellung der Ö/r endgültig als eröffnet gelten konnte. Von einer »Neubegründung« ö/r Medien unter stärkerer Miteinbeziehung der Gesellschaft ist seither die Rede. Mehr oder minder bedeutungsschwangere Begriffe (»Verfassungskonvent«, »neuer Gesellschaftsvertrag«, »Runder Tisch«) wurden bemüht. Im Januar 2023 schließlich kündigte die Rundfunkkommission die Einberufung eines »Zukunftsrats« zur Neuausrichtung der Ö/r an, der im März seine Arbeit aufnahm.[2]

Kritische Weggabelung

Tatsächlich befindet sich das System an einer kritischen Weggabelung. Dafür hätte es nicht die rbb-Affäre gebraucht. Die technologische Entwicklung schreitet unaufhaltsam voran, die Demographie ist unerbittlich. Und so entscheidet sich gerade, ob wir in 10 oder 15 Jahren noch relevante ö/r Medien haben werden oder nicht. Folglich geht es nicht mehr nur um einzelne Fehlentwicklungen und Reformbaustellen. Und auch nicht mehr nur um eine inkrementelle Fortschreibung des Bestehenden (die im Grunde eine Verteidigung des Status quo ist). Es gilt, nicht nur das unmittelbar Nötige zu tun, sondern grundsätzliche und mithin strategische Überlegungen zur Neuaufstellung der ö/r Medien in der digitalen Welt anzustellen. Gelingt dies, könnte diese tatsächlich ein Katalysator werden: Für die längst überfällige Weiterentwicklung der mit dem rbb-Skandal plötzlich ins grelle Licht der Öffentlichkeit

2 https://www.rlp.de/service/pressemitteilungen/detail/rundfunkkommission-der-laender-beruft-zukunftsrat-1 (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

geratenen und viel gescholtenen Governance. Aber auch für weitergehende Reformen in Richtung zukunftsfähiger, von wirtschaftlichen und politischen Interessen wirklich freier ö/r Informationsräume, die nicht nur formal – über die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts – sondern alltäglich Legitimation erfahren. Andernfalls ist es gut möglich, dass wir uns an das annus horribilis 2022 irgendwann als jenes Jahr erinnern werden, in dem die Dinge für die ö/r deutlich und unwiderruflich ins Rutschen gerieten.

Dabei hat uns die Vielzahl überlappender, sich wechselseitig verschärfender Krisen der letzten Jahre ihre Bedeutung nochmal in aller Deutlichkeit vor Augen geführt. Gerade die Pandemiejahre zeigten uns die scheinbar unversöhnliche Gleichzeitigkeit zweier Entwicklungen, die die Digitalisierung seit jeher prägten. Erstens ein trotz aller »Massenselbstkommunikation« (mass self-communication[3]) auf Twitter, YouTube, Facebook und Co. nicht nachlassender Hunger nach journalistischen Informationen – social entertainment und creator content ersetzen den professionellen, redaktionell organisierten Journalismus eben nicht. Und zweitens, trotz ihrer Rekord-Reichweiten, die schwere Krise jener Institutionen, die ihn produzieren. Im internationalen Vergleich verfügt Deutschland nach wie vor über eine unter Vielfalts-und Qualitätsgesichtspunkten starke Medienlandschaft[4]. Doch auch hierzulande standen viele Verlage bereits vor der Corona-Krise ökonomisch mit dem Rücken zur Wand, prägen erodierende Geschäftsmodelle, sinkende Auflagen, wegbrechende Werbeeinnahmen bei rasant steigenden (Papier-, Energie- und Zustellungs-)Kosten das Bild. Die Folge: Sparprogramme, Zusammenlegungen von Lokalredaktionen, Schließungen, Stellenabbau, stetig schlechtere Konditionen für freie Mitarbeiter*innen und so weiter. Den Verlagen gelingt es zwar zusehends besser, ihre Inhalte digital, als Paid-Content-Angebote zu vermarkten. Eine Medienlandschaft in dem von uns gewohntem Umfang wird sich so dauerhaft dennoch nicht finanzieren lassen. Das ist schon heute spürbar. Die Pressevielfalt, gerade im lokalen und regionalen Raum, nimmt ab. Schon heute stammt etwa mehr als die Hälfte aller verkauften Zeitungsexemplare aus nur zehn Verlagsgruppen, während die Zahl der »Ein-Zeitungs-Kreise«, in denen sich die Bevölkerung nur aus einer einzigen Tageszeitung über das örtliche Geschehen informieren kann, vor allem in Flächenländern kontinuierlich steigt. Anfang Februar verkündete Bertelsmann, 23 Zeitschriften des erst vor kurzem RTL einverleibten Verlags Gruner + Jahr einzustellen und viele weitere zu verkaufen.

3 Castells 2007: 239.

4 Siehe European University Institute, Holznagel und Kalbhenn 2022.

Effekte der Digitalisierung

All dies vor dem Hintergrund einer Digitalisierung, die zwar auf den ersten Blick Innovation und Vielfalt zu fördern scheint, de facto indes eine massive Konzentration wirtschaftlicher und publizistischer Macht in Richtung der großen Digital-Plattformen bewirkt. Diese verschaffen journalistischen Medien zwar nie dagewesene Reichweiten, aber nur in den seltensten Fällen ökonomische Unabhängigkeit.[5] Dass ein Oligarch wie Elon Musk nach der Twitter-Übernahme im Stile eins James Bond-Bösewichts nach Tageslaune Regeln für den öffentlichen Diskurs dekretierte, ist nur die cartoonhaft-öffentliche Manifestation eines traurigen Allgemeinzustands algorithmischer Willkür, von der die Mehrheit sonst, bei anderen Plattformen, nichts mitbekommt. Die Freiheit der Meinungsbildung wird eben nicht nur von staatlichen Akteuren bedroht.

Und gegen die wirtschaftliche Potenz der Plattformen, die im Falle der vertikal integrierten Firmen wie Amazon, Netflix, Apple über die Inhalte, die Nutzerdaten sowie die Infrastruktur zur Distribution verfügen, nehmen sich die europäischen Medienhäuser, so hat es Friedrich Küppersbusch formuliert, allesamt aus wie »possierliche Folkloregruppen«[6]. Ihre wirtschaftliche Potenz ist für keinen europäischen Player schlagbar. Google setzt jährlich gut 280 Milliarden Dollar um, Amazon über 500 Milliarden. Dagegen schrumpfen die zehn Milliarden kumulierten Gesamteinnahmen der Ö/r[7] plötzlich zusammen, auch die RTL-Gruppe mit gut sieben Milliarden oder die Spiegel-Gruppe mit knapp 275 Millionen Euro sind in dem Spiel auf Dauer nicht konkurrenzfähig.

Das asymmetrische Verhältnis zwischen Journalismus und Plattformen, deren Algorithmen klar auf das Geschäftsmodel, nicht gesellschaftliche Verantwortung, optimiert sind, hat nicht nur ökonomische Implikationen. Letztlich geht es um die Strukturen gesellschaftlicher Selbstverständigung und somit um die Funktionsfähigkeit von Öffentlichkeit, der kommunikativen Infrastruktur unserer Demokratie. Indem er informiert, aufklärt und die Mächtigen kontrolliert, gilt unabhängiger, professionell betriebener Journalismus gemeinhin als Kernbestandteil der Demokratie. Als Voraussetzung einer funktionierenden, demokratischen Öffentlichkeit. Das ist theoretisch wie empirisch gut erforscht und politisch weitgehend unbestritten. Doch das bedeutet nicht, dass wir seine fortwährende Existenz als gegeben betrachten können. Dafür muss man nicht in die Geschichtsbücher schauen. Ein Blick nach Ungarn reicht. In den USA wiederum, nie mit einem starken öffentlichen-rechtlichen Rundfunk ausgestattet, lässt sich beobachten, wohin »Nachrichtenwüsten« und die Fragmentierung in unterschiedliche Kommunikationswelten, die sich

5 Zur »Macht der Plattformen« vgl. Kleis Nielsen und Ganter 2022.

6 Küppersbusch 2022.

7 Vgl. Institut für Medien- und Kommunikationspolitik 2023.

kaum mehr etwas zu sagen haben, führen; was es bedeutet, wenn einer Gesellschaft die gemeinsame Wissensbasis abhandenkommt – und vor allem die Fähigkeit, diese zu verhandeln.

ARD, ZDF und Deutschlandradio sind gemeinsam mit den privaten Medienanbietern ein wichtiger Teil einer allen Problemen zum Trotz leistungsstarken und vielfältigen Medienlandschaft. Der für uns mit einem Fingertipp zugängliche Journalismus aus aller Welt ist – in der Spitze des Segments – heute wahrscheinlich so gut wie zu keinem Zeitpunkt seiner jahrhundertealten Geschichte und gerade in der Fläche trotzdem gefährdet. Mehr Informationen denn je sind verfügbar, doch erreicht seriöser, Orientierung stiftender Journalismus insbesondere jüngere Bevölkerungsschichten häufig nicht mehr. Unter den Begriff »News Avoidance«[8] hat sich ein ganzes Forschungsfeld formiert, das jene Bevölkerungsgruppen in den Blick nimmt, die sich aus Überforderung oder kognitiver beziehungsweise emotionaler Erschöpfung – oder weil sie sich schlichtweg nicht mehr angesprochen fühlen – der Berichterstattung entziehen. Eine neue Form der digitalen Spaltung zwischen denjenigen, die Zugang zu hochwertigen Informationen haben, und denjenigen, die systematisch ausgeschlossen sind, zeichnet sich ab. In Anbetracht all dieser Entwicklungen – globaler Krisen, Zeitungssterben und hyperkommerzieller Plattformen, Klickzahlen-Ökonomie, Desinformation und Polarisierung – hat die Frage, wie sich die umfassende, verlässliche und vielfältige publizistische Versorgung der Gesellschaft in ihrer Breite gewährleisten lässt und wie und über welche Strukturen wir unseren gesellschaftlichen Diskurs organisieren, den Status einer der drängendsten demokratiepolitischen Herausforderungen unserer Zeit erlangt. Neben der effektiven Regulierung von Medienkonzentration – inklusive der Plattformen – und neuer, zielgerichteter Konzepte zur öffentlichen Medienförderung für privatwirtschaftliche wie gemeinnützige, nicht-kommerziell organisierte Medien (also möglichst nicht nach der Gießkanne, nicht nur Platzhirschen auf der Intensivstation vorbehalten, sondern Innovation fördernd und nach nachvollziehbaren, überprüfbaren Kriterien) bildet die Weiterentwicklung von Auftrag und Aufstellung ö/r Medien ein zentrales Handlungsfeld.

Denn was vor 70 Jahren, als sich der Rundfunk nach dem britischen Modell der BBC in Form von selbstständigen Anstalten des öffentlichen Rechts organisierte, zutraf, gilt auch in Zukunft: Der Markt allein wird es nicht richten. Die offene Gesellschaft wird sich langfristig nur behaupten können, wenn das gesellschaftliche Gespräch – und gesellschaftlich relevante Inhalte – weiterhin weite Teile der Gesellschaft erreichen statt sich in den Streams und Feeds von Netflix, Instagram und Tik Tok in 80 Millionen Selbstgespräche aufzulösen. Jürgen Habermas Feststellung, derzufolge es »keine politische Richtungsentscheidung [ist], sondern ein verfassungsrechtliches Gebot, eine Medienstruktur aufrecht zu erhalten, die den

8 Skovsgaard und Andersen 2019.

inklusiven Charakter der Öffentlichkeit und einen deliberativen Charakter der öffentlichen Meinungs- und Willensbildung ermöglicht« (Habermas 2021: 499), sie gilt mehr denn je. Wir brauchen solidarisch finanzierte, dem Gemeinwohl dienende Informations- und Diskursangebote, von wirtschaftlichen und politischen Zwängen freie Medien. Das hat auch das Bundesverfassungsgericht erkannt, das den ö/r Rundfunk in seinem Urteil zur Zulässigkeit des Rundfunkbeitrags 2018 klar als Gegenmodell zu den Logiken und Effekten kommerzieller Social Media-Plattformen beschrieben hat.

Eine ganzheitliche Betrachtung ist notwendig

Deswegen gilt es das Bild zu vergrößern[9]: Weg von der Fokussierung auf Skandale, von reformerischen Schnellschüssen und von den häufig populistisch vereinfachten Forderungen nach »Mehr oder weniger Öffentlich-Rechtliche«, »X oder Y abschaffen«, »Schlager oder Bundesliga nur noch bei den Privaten« usw., die nicht selten handfeste (Standort-)Interessen und lang gehegte ordnungspolitische/ideologische Vorstellungen über die Medienordnung dieses Landes spiegeln. Aber auch weg vom Festhalten am Gewohnten, vorneweg des an linear-vertikalen Technologien gekoppelten Institutionentyps, der ö/r Rundfunkanstalt. Und hin zu einer ganzheitlichen Betrachtung, zu strategischen Überlegungen und tragfähigen Visionen zu der Beschaffenheit und den Erfordernissen demokratischer Öffentlichkeit. Was brauchen wir, um die publizistische Versorgung und das gesellschaftliche Gespräch aufrechtzuerhalten? Heute und, eingedenk technologischer und gesellschaftlicher Veränderungen, in den nächsten Jahren? Aus der Antwort auf diese Frage leitet sich der Auftrag ab. Alles andere, wie wir ihn realisieren, auch wie und in welcher Höhe wir ihn finanzieren etc., sind nachgelagerte Fragen.

In eine aussichtsreiche Richtung zeigt der Auftrag der Rundfunkkommission der Länder, die ARD und ZDF Anfang Januar 2023 die Entwicklung einer gemeinsamen Medienplattform ins Pflichtenheft schrieb, um damit der unter anderem von mdr-Intendantin Karola Wille lancierten Vision eines »gemeinwohlorientierten Kommunikationsnetzwerks« konkrete Taten folgen zu lassen. Die aus Sicht der Macher beschwerlichen, sich aus Userperspektive bislang bescheiden ausnehmenden Schritte, die auf beiden Seiten bestehenden Mediatheken zu verweben, geben einen Vorgeschmack auf die Größe und Komplexität der Aufgabe. Technologisch geht es um die Herstellung von Interoperabilitäten und gemeinsamer Infrastruktur. Technologisch und finanziell ist der Aufwand beträchtlich. Aber auch mit Blick auf die teilweise notwendige Verschmelzung verschiedener Unternehmenskulturen gibt

9 Teile dieses Textes basieren auf Überlegungen aus Novy und Heidmeier 2022.

es einige Herausforderungen zu bewältigen. Demgegenüber stehen jedoch enorme Potenziale – sowohl mit Blick auf eine zeitgemäße und effektive Realisierung des Gemeinwohlbeitrags der ö/r Anstalten als auch hinsichtlich der Stärkung der Publizistik insgesamt. Und zwar dann, wenn aus den Plänen für ein gemeinsames Streaming-Netzwerk von ARD und ZDF tatsächlich, wie unter anderem von Kai Gniffke[10] inzwischen wiederholt verlautbart, der Nukleus für eine wirklich offene, kooperative und interaktive Medienplattform mit »demokratischen Algorithmen« entsteht, die für andere Medien, aber auch für Akteure aus Kultur, Bildung, Zivilgesellschaft und nicht zuletzt für nutzergenerierte Inhalte (die bislang praktisch ausschließlich auf YouTube, Facebook/Instagram, Tik Tok stattfinden) geöffnet wird.

Die Reichweite eines solchen Medienökosystems wäre jedenfalls die erste publizistisch getriebene Struktur, die sich auf Augenhöhe mit den kommerziellen Monopolisten befindet – und sich, etwa in der Konfektionierung von Inhalten und im Umgang mit Daten, gleichzeitig deutlich davon unterscheidet. Für die ö/r Anstalten eröffnen sich damit völlig neue Perspektiven und gesellschaftliche Aufgaben. Sie müssen weder ihre Angebote traffic-orientiert auf Emotion und Sensation ausrichten, noch leben sie vom Verkauf personenspezifischer Daten.

Aus publizistisch-inhaltlicher Perspektive würde ein solches Netzwerk es ermöglichen, die oben skizzierte asymmetrische Auseinandersetzung mit den globalen Plattformen mitsamt ihren enormen Skaleneffekten wieder zu einer Auseinandersetzung über die Inhalte zu machen. Museen, Theater, Konzerthäuser, Universitäten, gemeinnützige Medieninitiativen, selbst privatwirtschaftlich organisierte Medienhäuser – sie alle könnten Knotenpunkte in diesem Netzwerk mit offenen Standards werden, sofern sie sich auf die demokratiefördernden, d.h. nicht allein der Maximierung der Verweildauer dienenden Sortier- und Empfehlungslogiken einlassen. Denn Public value im Sinne gemeinwohlorientierter Inhalte und Darstellungsformen haben die ö/r Anstalten nicht exklusiv. Und denkt man normative Prämissen und Selbstverständnis des ö/r Rundfunks konsequent weiter, so liegt seine Kernfunktion und Berechtigung in Zukunft vielleicht tatsächlich gerade in dieser Plattformfunktion. Darin, dass ARD, ZDF und Deutschlandradio nicht nur selbst qualitätsvolle Angebote über alle Gattungen hinweg produzieren und distribuieren, sondern das (medial vermittelte) gesellschaftliche Gespräch dadurch aufrechterhalten, dass sie andockbar für andere Akteure sind. Darin, dass sie die infrastrukturellen Voraussetzungen für fundierte Information und gesellschaftliche Selbstverständigung im Digitalen schaffen, indem sie eine den

---

10 Der ARD-Vorsitzende Kai Gniffke sprach im März 2023 in der Evangelischen Akademie Tutzing von einem »Marktplatz für alle deutschen Medien«. Dabei gehe es darum, »eine Medieninfrastruktur zu schaffen, die die Chance hat, die Macht der Social Networks und der großen Plattformbetreiber zu brechen.« (Meedia 2023)

Prinzipien von Offenheit und Transparenz unterliegende, verlässliche Umgebung jenseits der geschlossenen Märkte der Tech-Firmen schaffen, die Medienanbietern Reichweite und Kontrolle über die Verbreitung ihrer Inhalte bietet. Den Nutzer*innen wiederum, die als Konsument*innen wie Produzent*innen von Inhalten bislang ebenfalls der algorithmischen Willkür der Plattformen ausgeliefert sind, verspräche ein solches Projekt nicht nur ein höheres Maß an Nachvollziehbarkeit und Selbstbestimmung im Umgang mit ihren Daten. Es eröffnet auch neue Wege für den permanenten Dialog und Interaktion zwischen Medienorganisationen und ihren Leser*innen, Zuschauer*innen und Zuhörer*innen, aus denen Verständnis und Vertrauen entstehen kann.

Gerade wenn man sie als Kooperationsprojekt begreift, das auch Akteuren außerhalb des ö/r Kosmos offensteht, stellen sich im Zusammenhang mit dieser Vision viele technische, rechtliche, ökonomische und nicht zuletzt organisationskulturelle Fragen.[11] Auch wenn sich die Konturen des übergeordneten Ziels mittlerweile abzeichnen, führen verschiedene Wege dorthin. Sie alle werden nicht frei von schwierigen Fragen, Irrwegen und Zumutungen sein. Und sie erfordern Investitionen und Entwicklungsmöglichkeiten – auch finanziell. Der Aufbau eines zeitgemäßen, gerade in puncto Nutzerfreundlichkeit mit den US-amerikanischen und chinesischen Tech-Firmen konkurrenzfähigen Medienökosystems wird dauerhaft Budget mindestens in den aktuell gängigen Größenordnungen benötigen.

Eine innovative Verwendung des Rundfunkbeitrags?

Spätestens hier stellt sich dann die sensible Frage nach dem Rundfunkbeitrag und seiner Verwendung. Trennt man Inhalteproduktion von der technologischen Verbreitung – also auf der einen Seite die redaktionellen Leistungen und Produktionen der ö/r Marken, auf der anderen Seite die Bereitstellung eines offenen Medienökosystems, dann kann man auch über die Beitragsverwendung anders nachdenken: über Modelle, mit einem Teil der Beiträgen gemeinwohlrelevante Projekte Dritter außerhalb der klassischen Senderstrukturen zu beauftragen und zu finanzieren, die das oben skizzierte Vorhaben einer Medienplattform sinnvoll ergänzen würden.

Das Institut für Medien- und Kommunikationspolitik hat früh Konzepte zu so einer Art »drittem System« erarbeitet, das sich ergänzend auch aus Abgaben der privaten Sender (wie einst beim Aufbau des britischen Channel Four) und der Platt-

11 Zu Recht verweist Leonhard Dobusch (2023) auf die mit dem Bild einer »All-Inclusive-Mediathek« einhergehenden Probleme und Zielkonflikte und empfiehlt, stärker zwischen der Entwicklung einer gemeinsamen technischen Plattform und verschiedenen Portalen »mit unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten, unterschiedlichen Empfehlungsalgorithmen und unterschiedlichen Ausrichtungen« zu unterscheiden.

formbetreiber speisen und von einer neuen ö/r Medienstiftung getragen und verwaltet werden könnte.[12] Bei einem »Medieninnovationsfonds« zur gezielten Unterstützung gesellschaftlich relevanter kreativer Leistungen, wie ihn die Initiatoren dieses Bandes ins Spiel gebracht haben, könnten sich Autoren und Produktionen abseits der ö/r Struktur direkt mit gemeinwohlorientierten Projekten bewerben. Innovation, Vielfalt und publizistische Qualität des Gesamtsystems würden davon profitieren – und damit auch die Legitimation der Beitragsfinanzierung. Bei einer transparenteren und insbesondere plausibleren Investition von Teilen dieses Geldes, ist die Erneuerung des Gesellschaftsvertrages – die aktiv zustimmende Akzeptanz breiter Gesellschaftsteile in die beitragsfinanzierte mediale Grundsicherung – leichter zu erreichen als heute.

Wirtschafts- und staatsferne ö/r Medien mit relevanter Reichweite haben eine zentrale Rolle in den Informationsgesellschaften der Zukunft, auch und gerade unter Plattformbedingungen. Nicht weil sie a priori besser oder qualitätsvoller wären als profitorientierte, private Medienangebote, sondern weil sie einer anderen Logik folgen. Wenn es sie nicht gäbe, müsste man sie erfinden, lautet ein gerne bemühter Aphorismus. Doch dann würde man sie ganz anders bauen als in der Rundfunkära, deren Ende wir gerade erleben. Das kann man wohlfeil finden. Allen Pfadabhängigkeiten und Beharrungskräften zum Trotz ist eine solche Denkweise jedoch vielleicht genau der Weg, der am Ende zu wirksamen Reformen zu führt und dem ö/r Grundgedanken, den damit verbundenen Zielen, unter ändernden technologischen und gesellschaftlichen Vorzeichen neue Geltung zu verleihen. Durch Reformen, die im Übrigen auch die Betrachtung des Programmauftrags beziehungsweise dessen de facto-Realisierung durch die Sender, also Programmprioritäten und -qualität, miteinschließen müssen.[13]

Nach den Entwicklungen des letzten Jahres jedenfalls kann es keine Rückkehr zum Status quo ante geben. Die uns zur Verfügung stehenden Verfahren, darauf wies Tom Buhrow in seiner Hamburger Rede im November 2022 hin, sind einer Lösung nur bedingt zuträglich, sondern erscheinen eher als Teil des Problems. Als Max Weber von der Politik als dem »starken, langsamen Bohren von harten Brettern« schrieb, war die föderale Medienpolitik noch nicht erfunden. Just jene Systemfaktoren, die hierzulande stabilisierend wirken und staatlichem Einfluss entgegenwirken sollen, beförderten in der Vergangenheit auch jenen Zustand, in denen die Akteure eines weitgehend selbstreferentiellen Systems seit Jahren abwechselnd die sprichwörtliche Dose die Straße hinunter kickten. Um die Zukunftsfähigkeit des ö/r Rundfunks substanziell zu sichern und verlorenes Vertrauen zurückzugewinnen,

12 Hachmeister 2020.

13 Also die Frage, für welche Sparten und Genres welche Anteile der Beitragsgelder verwendet werden. Vgl. z.B. ZDF 2021.

gilt es, Medien- und Rundfunkpolitik aus ihrer Isolation zu holen, in ein produktives Verhältnis zu anderen Sektoren und Entwicklungen zu setzen und bestehende Verfahren und Entscheidungslogiken stärker mit den Erfahrungen, Erwartungen und Ideen von außen zu verschränken. Unsere Medienordnung betrifft uns als demokratische Gemeinschaft. Dabei handelt es sich um ein Geflecht von Institutionen und Verfahren, die zwar auf die Herstellung von Transparenz und eine wohlinformierte Öffentlichkeit zielen, deren Strukturbedingungen jedoch lange weitgehend unter Ausschluss der Öffentlichkeit verhandelt wurde. Die Entwicklungen der letzten Monate haben etwas daran geändert. Gut so. Denn die Ö/r sind im wahrsten Wortsinne »unsere Medien«, sie dienen uns als Teilhaber*innen und Auftraggeber*innen – nicht als Kunden oder Konsumentinnen. Auftrag, Aufstellung und Aufsicht sind demzufolge keine administrativen Formalien und auch nicht die Summe von Partikularinteressen (oder Programmwünschen). Es geht um Daseinsvorsorge für die demokratische Öffentlichkeit. Wie wollen wir diese in Zukunft organisieren? Diese Frage und nicht zuletzt die Zukunft der Öffentlichen-Rechtlichen verdient mehr öffentliche Beteiligung als es Konsultationsverfahren der Rundfunkkommission und PR-getriebene Dialogformaten der Sender bislang möglich machten. Beteiligung der Mitarbeiter*innen, derjenigen also, die das Programm machen und über die Strukturen, Trends, Probleme und Potenziale ihrer Arbeitgeber und das sich rasant ändernde Umfeld, in dem sie sich bewegen, besser kennen als jeder andere. Und Beteiligung der Bürger*innen**.** Im aktuellen Reformprozess, aber auch im laufenden Betrieb der Anstalten. Es geht nicht darum, einer Reform der deutschen Rundfunkordnung nach Maßgabe direktdemokratischer Verfahren das Wort zu reden. Doch die Debatte ist ohnehin da, wird längst von politisch oder wirtschaftlich interessierter Seite instrumentalisiert und sie wird nicht von allein verschwinden. Noch ist Zeit, sie in konstruktive Bahnen zu lenken.

Dr. Leonard Novy ist Publizist und Direktor des gemeinnützigen Instituts für Medien- und Kommunikationspolitik (IfM). Zudem berät und unterrichtet er zu Themen rund um Demokratie, Medien und politische Kommunikation.

Literatur und Verweise

Castells, Manuel (2007): Communication, Power and Counter-power in the Network Society, in: International Journal of Communication 1 (2007), 238–266, 239

Dobusch, Leonhard (2023): Neues aus dem Fernsehrat (97): Gemeinsame Plattform, getrennte Portale, netzpolitik, https://netzpolitik.org/2023/neues-aus-dem-fernsehrat-97-gemeinsame-plattform-getrennte-portale (zuletzt abgerufen: 30.3.2023)

Habermas, Jürgen (2021): Überlegungen und Hypothesen zu einem erneuten Strukturwandel der politischen Öffentlichkeit, in: Martin Seeliger und Sebastian Sevignani (Hg.) Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit? Sonderband Leviathan 37/2021, Baden-Baden 2021, 477–500

Hachmeister, Lutz (2020): Die Dämmerung des dualen Systems: Über einen notwendigen Entwicklungssprung in der Medienpolitik, in: medienkorrespondenz, 7. 7. 2020, https://www.medienkorrespondenz.de/leitartikel/artikel/die-daemmerung-desnbspdualennbspsystems.html (zuletzt abgerufen: 30.3.2023)

Holznagel, Bernd und Kalbhenn, Jan Christopher (2022): Monitoring Media Pluralism in the Digital Era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, the Republic of North Macedonia, Serbia and Turkey in the year 2021. Country report, Publications Office of the European Union, https://data.europa.eu/doi/10.2870/765008

Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (2023), »Erstmals mehr als 10 Milliarden Euro Gesamtbudget des deutschen ö/r Rundfunks«, http://medienpolitik.eu/erstmals-mehr-als-10-milliarden-euro-gesamtbudget-des-deutschen-oeffentlich-rechtlichen-rundfunks/#:~:text=Erstmals%20wird%20der%20Gesamtetat%20von,Instituts%20f%C3%BCr%20Medienpolitik%20(IfM) (zuletzt abgerufen: 30.3.2023)

Jakobs, Ilka; Schultz, Tanjev; Viehmann, Christina; Quiring, Oliver; Jackob, Nikolaus; Ziegele, Marc; Schemer, Christian: Medienvertrauen in Krisenzeiten, in: Media Perspektiven 3/2021, https://medienvertrauen.uni-mainz.de/files/2021/04/Medienvertrauen_Krisenzeiten.pdf

Kleis Nielsen, Rasmus; Ganter, Sarah Anne (2022), The Power of Platforms Shaping Media and Society, Oxford, Oxford University Press

Küppersbusch, Friedrich (2022): Ö/r: Medizin mit Schokoglasur, in: Süddeutsche Zeitung, 2.9.2022, https://www.sueddeutsche.de/medien/oeffentlich-rechtliche-ard-zdf-kueppersbusch-1.5649870 (zuletzt abgerufen: 30.3.2023)

Landesvertretung Rheinland-Pfalz (2023), Rundfunkkommission der Länder beruft Zukunftsrat, https://landesvertretung.rlp.de/landesvertretung/pressemitteilungen/detail/rundfunkkommission-der-laender-beruft-zukunftsrat (zuletzt abgerufen: 31.3.2023)

Meedia (2023), ARD-Vorsitzender: Hohe Technik-Investitionen entscheidend für Zukunft, https://www.meedia.de/medien/ard-vorsitzender-hohe-technik-investitionen-entscheidend-fuer-zukunft-59bb362b0f542c61fa5026de66ad46fe (zuletzt abgerufen: 30.3.2023)

Novy, Leonard; Heidmeier, Markus (2022): Wie ist der ö/r Rundfunk noch zu retten?, in: Neue Gesellschaft/Frankfurter Hefte, Ausgabe 11/2022, https://www.frankfurter-hefte.de/artikel/mediale-daseinsvorsorge-3555 (zuletzt abgerufen: 30.3.2023)

Skovsgaard, Morten; Andersen, Kim (2019): Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions, in: Journalism Studies 21 (4), 459–476

ZDF (2021), Jahrbuch 2020: Programm in Zahl und Grafik. ZDF-Programme 2020, https://www.zdf.de/zdfunternehmen/2020-jahrbuch-dokumentation-130.html (zuletzt abgerufen am 30.3.2023)

ZDF (2023): Vertrauen in die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung von ARD und ZDF: ZDF-Politbarometer, https://www.zdf.de/zdfunternehmen/medienforschung-studien-122.html, (zuletzt abgerufen am 30.3.2023)

Was sagen Medienschaffende zum Thema?

Die ö/r Anstalten müssen als Korrektiv funktionieren

Ich verstehe den ö/r Rundfunk insbesondere als ein Korrektiv gegen die Ströme der Desinformation. Und da sehe ich Spielraum nach oben, da ist sehr viel unklar geworden in den letzten Jahren. Es gibt zum Beispiel dieses Problem der journalistischen Ausgewogenheit. Durch das gleichgewichtige Darstellen eines Sachverhalts aus zwei oder mehr Perspektiven werden eigentlich erst Verfälschungen hergestellt. Beim Thema Klimawandel zum Beispiel, wenn man gleichberechtigt die Skeptiker*innen und die Wissenschaftler*innen zu Wort kommen lässt. Der ö/r Rundfunk ist mir als Korrektiv nicht stark genug, er lässt sich immer mehr in die Informationswüste hineinsaugen.

Wer definiert Information?

Was ist mit Information, Bildung, Beratung, Kultur, Kunst? Natürlich ist immer die Frage, was man unter diesem Programmauftrag versteht. Fußball-Übertragungen sind natürlich auch Information. Aber Sportarten, die weit weniger quotenträchtig sind, über die wird nicht informiert, weil man das ganze Geld für Fußball ausgibt. Das sind ja die Fragen, die man diesem System stellen muss. Und Kultur und Kunst – das sind so leere Begriffe, solange die nicht definiert sind. Das ist alles sehr weich über diese leeren Begriffe zu reden.

Vielseher und Qualität

Es wird immer gesagt, das Programm wird für Menschen gemacht, die sechs Stunden und mehr am Tag fernsehen. Gruselig. Das öffentliche-rechtliche Fernsehen hat doch letztendlich einen Bildungsauftrag. Versuchen wir doch einfach mal eine längere Zeit, den Zuschauer*innen ein anderes ö/r Programm zu bieten und gucken mal, was passiert.

Mehr Bildung am Nachmittag

Im Nachmittagsfernsehen könnte sich mal etwas verändern. Das hätte dann auch viel Schönes, weil dann diese ganzen interessanten Produktionen die gut recherchiert sind, die Dokus und so weiter, die können auch am Nachmittag gezeigt werden. Dann könnte man sich auch mal informieren, was ich auch als den Auftrag sehe, anstatt eine Krimiwiederholung nach der anderen.

Flachere Hierarchien und Verschlankung

Das ist im Grunde eigentlich der Irrsinn, dass dieser gigantische Apparat es noch nicht mal schafft, sein eigenes Programm tatsächlich redaktionell zu betreuen. Das Problem sind die Strukturen. Man müsste die Sender zwingen, zu flachen Hierarchien zu kommen.

Die Vielfalt fehlt

Es fehlt ganz einfach die von verschiedenen Vorrednern schon angemerkte Vielfalt im Programm. Der ö/r Rundfunk ist zu einem Vollprogramm verpflichtet und dazu gehört kulturelle Vielfalt. Überhaupt Vielfalt. Und die ist viel zu schwach ausgeprägt. Nehmen wir Kurzfilme. Die laufen, wen überhaupt, sehr

spät in der Nacht. Es gibt jetzt eine Tendenz, sie stärker in den Mediatheken anzubieten, aber die Art und Weise, wie sie präsentiert werden, lässt arg zu wünschen übrig. Krimis haben eigentlich überall die stärkere Präsenz in Mediatheken.

Regionale Vielfalt

Vielfalt sollte sich auch in der ö/r Mediatheken-Verbundstruktur in irgendeiner Form widerspiegeln. Und da sind die einzelnen Landesrundfunkanstalten wichtig. Was die Mediatheken anbelangt muss man dann auch schauen, wo es dann auch tatsächlich strategisch sinnvoll ist, solche Dinge dann zu vereinfachen. Aber ich glaube, im linearen Programm brauchen wir die regionale Vielfalt. Ganz einfach, weil die Nutzer*innen draußen, die brauchen diese Vielfalt.

Synergien schaffen

Ich glaube, dass eine Zusammenlegung von Einrichtungen in bestimmten Bereichen sehr sinnvoll sein könnte. Zum Beispiel im Service, in der Technik, bei den juristischen Departments. Das muss nicht jede Rundfunkanstalt selber machen.

Eine einheitliche Mediathek macht Sinn

Es entstehen viele und auch gute Sachen im deutschen ö/r Fernsehen und auch im Hörfunk. Man verzweifelt nur manchmal daran, es dann wirklich auch in den Mediatheken wiederzufinden. Wenn es dann eine Gesamt-Mediathek gibt, das müsste unsere Forderung sein, sollte eine wirklich intelligente und gute Struktur gegeben sein. Heute sehen wir teilweise den Standard von vor zehn Jahren. Auch wie die Plattformen programmiert sind, gerade bei der ARD. Also ich glaube, wenn das mal vernünftig gemacht worden ist, dann kostet es

auch nicht mehr so viel. Das wäre auch im Sinne der Schaufensterpolitik des ö/r Rundfunk da ihre Schätze wirklich zu heben und zu präsentieren. Also eine wirklich vernünftige, einheitliche Mediathek von ARD, ZDF und Deutschlandfunk. Und auch Audio-Beiträge könnten in einer Gesamtmediathek abrufbar sein.

Zusammenlegung der Mediatheken kann auch problematisch sein

Das Zusammenführen der Mediatheken birgt unter Umständen auch eine Gefahr, wenn man zum Beispiel jetzt ARTE, den Sender meines Vertrauens, mit anderen Sendern in einen Topf werfen würde. Wenn das jetzt durchmischt wird mit allen anderen, zum Beispiel mit »Rote Rosen«, verliere ich den Überblick. Ich möchte dafür plädieren, dass man auch den Mut hat, nicht immer alles zu vereinheitlichen, sondern eben ganz bewusst auch ein Zuhause für bestimmte Inhalte zu schaffen. Warum könnte man nicht sagen: wir wollen auch eine Plattform schaffen für zum Beispiel Vielfalt und journalistische oder dokumentarische Qualität, für Arthouse-Filme, warum nutzt man dann nicht beispielsweise einen Sender der schon besteht, um da ganz klar auch Geld zu investieren?

Public Value
Entwicklung von Qualitätskriterien für Systemmerkmale ö/r Medien

Hermann Rotermund

Systemmerkmale

Im Begriff der ö/r Medien sind Elemente vereinigt, die in medienwissenschaftlichen Analysen, im Regulierungsdiskurs und in Selbstdarstellungen selten zusammengeführt werden. Im rechtlichen Diskurs geht es traditionell um die Staatsfreiheit, um Abgrenzungsregeln gegenüber den privaten Rundfunkmedien sowie um die Legitimation des Finanzierungsprivilegs der ö/r Anstalten. Aus regulatorischer Sicht sind dabei die journalistisch-redaktionelle Veranlassung der Inhaltsproduktion und der Beitrag, den diese Medien durch die Bereitstellung vielfältiger Perspektiven zur privaten und öffentlichen Meinungsbildung leisten, die zentralen Elemente. Die Selbstdarstellungen betonen meist den mit den Inhalten verbundenen Qualitätsanspruch und die Funktion ö/r Medien zum Erhalt des demokratischen Systems. Kommunikationswissenschaftliche Untersuchungen bewegen sich in der Regel unterhalb dieses Normen- und Behauptungsdiskurses, entwickeln jedoch selten kritische Fragestellungen, sondern beschränken sich auf empirische Bestandsanalysen. Das von ihnen vermittelte Bild der Nutzung von Rundfunk- und Online-Angeboten sagt wenig über die aktive Zufriedenheit und Unzufriedenheit der Nutzer mit dem Programm aus, denn quantitative Nutzungsdaten dürfen nicht mit Akzeptanz gleichgesetzt werden. Analysen der Organisationsstrukturen und der Managementpraxis in den ö/r Anstalten bleiben auf einer deskriptiven und technischen Ebene. Öffentlich-rechtliche Spezifika des Produktionsmanagements und des Rechnungswesens sind selten Gegenstände unabhängiger Forschung.

Die genannten Merkmale – Staatsfreiheit, Abgabenfinanzierung, journalistisch-redaktionelle Verantwortung, Beitrag zur Vielfalt der Perspektiven und generell zur Demokratie – ergeben kein klares Bild der Systemqualität ö/r Medien. Die Liste kann auch beliebig ergänzt werden, z.B. um Nachhaltigkeit, Innovation, Bürgernähe. Es fehlt eine zentrale Fragestellung, ein übergreifendes, leitendes Prinzip. Dies kann in allen drei Bereichen – Programminhalte und -produktion,

Organisation und Management, Beziehung zum ökonomischen Umfeld – nur die Frage nach dem besonderen gesellschaftlichen Nutzen der Institution sein. Der Nutzen für die Allgemeinheit – der als Gegenwert der gemeinschaftlichen Finanzierung verstanden werden kann – ist ein den ö/r Medien zugeschriebenes und auferlegtes Systemmerkmal. Es kann nur konkret realisiert werden, wenn diese Medien sich auch in allen Bereichen für eine Prüfung ihrer Operationen und Entscheidungen öffnen. Ihre Verpflichtung gegenüber der Allgemeinheit bedingt, dass sie selbst ihre Legitimation gegenüber den politischen Auftraggebern, den Beitragszahlern und Nutzern sowie der Medienbranche kontinuierlich anstoßen. Das ist nur im öffentlichen Dialog mit allen Interessengruppen möglich und kann nicht auf die internen Sitzungen mit Aufsichtsgremien beschränkt werden. Die Gremien haben eine spezielle Verantwortung, die sie allerdings auch mit größerer Transparenz und Dialogbereitschaft gegenüber der Allgemeinheit wahrnehmen müssten.

Das Public-Value-Konzept

Qualitätskriterien für die Arbeit von Einrichtungen des öffentlichen Sektors werden hat der Politikwissenschaftler Mark Moore (1995) mit seinem Public-Value-Konzept in die Diskussion gebracht. Ihm ging es darum, die Kosten, die einer Gesellschaft durch öffentlich verwaltete Aufgaben (wie Bibliotheken, Wasserversorgung, öffentliche Sicherheit) entstehen, kritisch zu hinterfragen. Gewöhnlich wird der Nutzen solcher dem Gemeinwohl dienenden Versorgungsangebote betrachtet, ohne ihm gegenüber auch die verbrauchten Ressourcen abzuwägen. Allgemein nützliche Aufgaben könnten auch von privat operierenden Unternehmen übernommen werden, wobei die öffentlichen Ressourcen, also Steuern und Abgaben, für andere Aufgaben frei würden. Die durch die Belastung der Allgemeinheit erzeugten Einschränkungen des privaten Konsums müssen nach Moore also dem Nutzen öffentlicher Unternehmen gegengerechnet werden. Auch wenn die Betreiber dieser Unternehmen allgemein geschätzte Werte erzeugen, müssen sie nachweisen, dass sich der finanzielle Aufwand im Hinblick auf die erreichten Ergebnisse lohnt. Es geht dabei nicht nur um finanzielle Aspekte, sondern auch um die bereitgestellten Dienstleistungen selbst. Wenn nicht gesichert ist, dass Individuen tatsächlich wollen, was die Regierung produziert, steht auch dessen Wert infrage. Damit verlöre allerdings die öffentliche Finanzierung ihre Legitimationsbasis. Jedoch werden öffentliche Dienstleistungen längst nicht immer in demokratischen Prozessen begründet und bestätigt. Deshalb droht immer ein zusätzliches Problemfeld: Personen, die der Redlichkeit oder Nützlichkeit politischer Verfahren nicht trauen, sind auch vom gesellschaftlichen Wert öffentlicher Dienstleistungen nicht zu überzeugen.

Moore lässt sich in seiner Konzeptbegründung nicht auf eine Diskussion der gängigen Gegensätze Staat versus Markt, Gemeinwohlorientierung versus Profitorientierung oder Paternalismus versus Konsumentensouveränität ein. Er sucht stattdessen nach einer Lösung, die alle potentiellen Betroffenen und Interessengruppen in die Entscheidungsfindung einbezieht. Der Kern seines Vorschlags ist die Forderung, den Nutzen solcher Dienste öffentlich nachzuweisen. Dazu genügt die Darstellung der Grundsätze oder einer »Vision« des jeweiligen Unternehmens und ihre Einbindung in eine PR-Geschichte keineswegs. Moores Evaluierungsvorschlag für den Public Value besteht aus der Kombination von drei Verfahren: die Ermittlung der Zufriedenheit der aufsichtführenden Körperschaft mit der Leistung des Unternehmens, die Bewertung der Management-Leistungen z.B. mithilfe von Kosten-Nutzen-Analysen und die Messung der Zufriedenheit von Kunden und Nutzern. Dem entspricht das von Moore ins Spiel gebrachte Dreieck von Legitimation, Wirtschaftlichkeit und Akzeptanz, in dem sich Public Value zu bewähren hat. Diese Faktoren müssen allerdings jederzeit neu ausgehandelt werden. Public Value muss somit als ein mehrseitiger Prozess verstanden werden, nicht als eine Eigenschaft von Unternehmen oder ihrer Praxis.

Anwendung im ö/r Rundfunk

Die BBC führte den Begriff Public Value 2004 in ihre Programmatik und Legitimationsstrategie ein, nachdem sie sich öffentlich mit den Mängeln der eigenen Arbeitsweise und ihrer Akzeptanz auseinandergesetzt hatte (BBC 2004). Public Value steht in der BBC für die Einbeziehung und die Zufriedenheit des Publikums, für die Herstellung von Vertrauen in die Demokratie und die Medien sowie für die Transparenz von Verfahren. Sie berücksichtigt dabei die zunehmende Pluralität und Diversität der Gesellschaft, Veränderungen der Formen des demokratischen Engagements, den Trend zur individuellen Selbstverwirklichung und die wachsenden globalen Einflüsse. Zudem geht es ihr darum, einen Beitrag zur Stärkung der britischen Medienbranche und zu einem volldigitalen Großbritannien zu leisten.

Das Public-Value-Konzept der BBC enthält ein Prüf- und Legitimationsverfahren und beeinflusste die Rundfunkregulierung in vielen europäischen Staaten, darunter die Regeln des deutschen Dreistufentests. Allerdings setzt die britische Variante das Modell von Mark Moore nicht vollständig um. Erst recht geschieht das nicht in Deutschland.

Beispielsweise sieht die 2021 verabschiedete »Public-Value-Satzung« der deutschen Medienanstalten vor, dass die Auffindbarkeit von Medieninhalten privilegiert werden soll, »die in besonderem Maß einen Beitrag zur Meinungs- und Angebotsvielfalt im Bundesgebiet leisten«. Dabei sollen »bevorzugt der zeitliche Anteil an nachrichtlicher Berichterstattung über politisches oder zeitgeschichtliches Gesche-

hen und der zeitliche Anteil an regionalen und lokalen Informationen sowie der Anteil an Angeboten für junge Zielgruppen berücksichtigt werden« (Die Medienanstalten 2021). Public Value ist hier ausschließlich auf empirisch konstatierbare Angebotsmerkmale beschränkt. Diese Festlegung folgt konsequent der Sentenz des langjährigen Vorsitzenden der Landesanstalt für Medien in Nordrhein-Westfalen, Norbert Schneider: »Das Publikum spielt in der Ermittlung des Public Value prinzipiell keine Rolle. Die Relevanz von Inhalten wird durch die Inhalte, nicht durch die Rezeption definiert« (zitiert nach Scherer 2011:131).

Wertedimensionen

Die Europäische Rundfunkunion stellte ihr Selbstverständnis schon 2012 in Form von sechs knappen und vielversprechenden *Core Values* vor: Universalität – Unabhängigkeit – Vielfalt – Innovation – Exzellenz – Verantwortlichkeit (EBU 2012). Mit dem ersten Punkt versprechen die Rundfunk-Institutionen, Foren für alle Mitglieder der Gesellschaft zu schaffen, mit dem letzten Punkt die vollständige Transparenz aller Aspekte ihrer Arbeit und das Engagement in einer permanenten und substanziellen Diskussion mit ihren Publika. Die vom ARD-Generalsekretariat 2019 vorgestellten acht »Wertedimensionen« greifen die EBU-Stichworte auf, aber entschärfen sie dabei wesentlich. Aus einer universellen echten Beteiligung der Allgemeinheit (zum Beispiel durch Nutzung der im Internet gebotenen Kommunikationsmöglichkeiten) wird ein »verlässliches, allgemein zugängliches Medienangebot, das niemanden ausschließt, für jede und jeden etwas bereithält und Gesamtöffentlichkeit herstellt«. Und aus der aktiven Verantwortung gegenüber dem Publikum wird die Absicht, verantwortlich mit den Beitragsmitteln umzugehen: »Wir streben nach der bestmöglichen inhaltlichen Wertschöpfung aus den uns anvertrauten Mitteln« und die unspezifizierte sowie leicht widerlegbare Behauptung: »(Wir) sind im steten Austausch mit unserem Publikum« (Pfab/Arndt 2019). Die deutschen Rundfunkanstalten beantworten zwar in der Regel die an sie gestellten Zuschaueranfragen, halten sich ansonsten jedoch konsequent von einem steten Austausch fern. Die Mediatheken sind ausschließlich Verbreitungs- und nicht Dialogplattformen, Kommunikation mit Nutzern ö/r Inhalte findet im Internet nur auf Drittplattformen wie Youtube, Facebook, TikTok statt (Rotermund 2021). Der 2021 veranstaltete vierwöchige »ARD Zukunftsdialog« ist geradezu ein Musterbeispiel für den Unwillen und die Unfähigkeit der beteiligten ARD-Kommunikatoren, Dialoge auf Augenhöhe mit ihrem Publikum zu führen. Die auf einer Online-Plattform (ARD 2021) eingebrachten sachlichen und kritischen Vorschläge werden häufig nach dem Vorbild vorgefertigter Callcenter-Textbausteine abgefertigt. Dialoge, die diese Bezeichnung verdienen, werden verhindert bzw. schlicht nicht geführt. Eine Auftakt- und eine Abschlusskonferenz mit einer Teilnehmer-

gruppe von 139 bzw. 91 Personen ermöglichte offenbar intensivere Diskussionen. Allerdings war die gesamte Veranstaltung hauptsächlich auf Programminhalte ausgerichtet, die vom Veranstalter bereits in fünf Themenrubriken vorsortiert waren. Eine Ausnahme bildete das Thema »Dialog«, bei dem Nutzer u.a. den Wunsch nach einer Kommentarfunktion in den Mediatheken äußerten. Dieser dezidierte Wunsch wird im Ende 2021 veröffentlichten knappen Abschlussbericht der ARD-Führung dann abgewiesen bzw. umgebogen: »Auf Social-Media-Kanälen des ARD-Programms wird der Austausch und Dialog mit den Nutzer*innen ausgebaut« (ARD 2021:22). Die ARD will sich also nicht auf ihrer eigenen Plattform mit dem Publikum auseinandersetzen, sondern nur auf den Plattformen kommerzieller Anbieter.

Die von mitgliederstarken Vereinen getragene schweizerische SRG ist seit langem dem Prinzip des *Service public* verpflichtet und pflegt systematisch Kontakte zum Publikum, zur Branche und zur Politik: »Public Value ist ein strukturierter Ansatz, der sich auf einen Dialog mit unseren Stakeholder*innen und der Öffentlichkeit stützt. Er zielt darauf ab, unsere Antwort auf neue gesellschaftliche Herausforderungen für die Medien zu vertiefen« (SRG 2022). Allerdings werden die Möglichkeiten der kontinuierlichen Akzeptanzbestätigung durch Online-Foren von ihr ebensowenig genutzt wie von ARD und ZDF.

Der österreichische ORF unterhält seit mehr als einem Jahrzehnt eine Public-Value-Abteilung, die regelmäßig Berichte produziert (ORF 2021) und Veranstaltungen organisiert, auf denen Freunde und Befürworter dieser Einrichtung ihre normativ untermauerte Auffassung von deren unverzichtbaren Beitrag zum Erhalt der Demokratie artikulieren. Es fehlt eine von dieser sorgsam organisierten Zustimmung unabhängige Bestätigung des Nutzens für die Gesellschaft.

Kritische Aspekte

In der Aufstellung der »Wertedimensionen« der ARD werden Begriffe, die Beziehungen bezeichnen, in idealisierende Selbstbeschreibungen verwandelt. Aus Teilhabe werden »reichweitenstarke Angebote«, und Verantwortung wird auf werteorientiertes Handeln der Institution reduziert, die sich jedoch der interaktiven Verantwortung vor den Mediennutzern und den verschiedenen Interessengruppen entzieht. Diese Praxis kann nicht beanspruchen, einen Beitrag zur Erfüllung von Public-Value-Anforderungen zu leisten. Sie ist auf Argumentationsmuster für Berichte über die Erfüllung des politischen und gesellschaftlichen Leistungsauftrags beschränkt, die der Eigenwerbung (»Wir sind deins«) ein werthaltiges Gepräge geben. Das gilt auch für andere Begriffe und Aspekte. So ist Public Value kein Synonym für Wertschöpfung, wie jedoch bei Pfab/Arndt (2019:166) zu lesen ist. Public Value lässt sich auch nicht »generieren«, wie es manchmal heißt. Public Value ist vielmehr

idealerweise ein kontinuierlich laufender Prozess der Abstimmung und Bestätigung des gesellschaftlichen Werts aller Aspekte und Arbeitsbereiche der ö/r Medien. Das Public-Value-Verständnis der Rundfunkunternehmen im deutschsprachigen Raum weist demgegenüber zwei zentrale Defizite auf.

1. Es konzentriert sich ausschließlich auf die Inhalte der Medienproduktion. Der komplexe Zusammenhang von Organisationsstrukturen, Stellenplänen, Verantwortungsmanagement, Budget- und Programmplanung wird nicht dargelegt und ist auch nicht von außen einsehbar. Allerdings haben die Gremien jederzeit die Möglichkeit, diese Zusammenhänge durchsichtig zu machen und die Diskussion über die Qualität der Inhalte auf eine breitere Basis zu stellen.
2. Es ist auf die Absichten der Organisationen beschränkt. Der häufig deklarierten Wertorientierung oder Gemeinwohlorientierung fehlt die Dimension einer aktiven Verantwortungsbeziehung. Public Value ist ein interaktives Beziehungsmodell, das im Fall der ö/r Medien ihre Umwelt von Auftraggebern, Publikum und Branche umgreift. Zur Beziehungsarbeit sind die Anstalten nicht nur in ihren Außenverhältnissen verpflichtet, sondern auch nach innen gegenüber den Mitarbeitern und den Gremien.

Das reduzierte Public-Value-Verständnis der deutschen Rundfunkanstalten findet im Kommunikationsmodell ihrer Onlineangebote einen folgerichtigen Ausdruck, das im wesentlichen auf dialogfreie Verbreitung ausgelegt ist. Die ö/r deutschen, österreichischen und schweizerischen Rundfunkanstalten haben auf drei Veranstaltungen 2019, 2020 und 2022 ihre »Gemeinwohlorientierung« reflektiert. In den Erklärungen dieser »Leipziger Impulse« (MDR 2022) werden Vielfalt, publizistische Qualität, Innovation und Transparenz und das Schaffen von Gemeinwohlnetzwerken als Zielmarken begründet. Allerdings gehen auch die Leipziger Impulse über Vorsätze nicht hinaus und versagen dem Publikum, der Medienbranche und den demokratischen Regulierungsinstanzen Angebote zur kontinuierlichen kritischen Aushandlung von Public Value.

Public-Value-Kriterien

1. Public Value kann sich nur eine dialogbereite und dialogführende Institution erarbeiten. Die bloße Behauptung, für die Gesellschaft von Nutzen sein zu wollen, genügt nicht. Notwendig ist die Organisation kontinuierlicher Verständigungs- und Bestätigungsprozesse. Die Orientierung auf Public Value verlangt auch den Verzicht auf Aktivitäten, die dieser Orientierung nicht dienen.
2. Medieninhalte haben Public-Value-Potential, wenn sie die Allgemeinheit adressieren und erreichen, alle wesentlichen in der Bevölkerung existierenden Per-

spektiven berücksichtigen, die kulturelle und politische Meinungsbildung fördern und dabei formal und technisch innovativ sind. Die stichprobenartige Programmkritik der Rundfunkräte sollte permanente öffentliche Diskussions- und Klärungsprozesse anstoßen. In den bislang dialogfreien Mediatheken und auf anderen geeigneten Plattformen muss ein direkter Austausch mit den Mediennutzern installiert werden.

3. Die Aushandlung von Akzeptanz und Legitimation darf nicht nur die verbreiteten Inhalte, sondern muss stets die ganze Institution im Blick haben. Einzelne Aushandlungsprozesse, die durch die Programmkritik der Medien und der Gremien, die Interessenpolitik der Branchenteilnehmer oder die Deliberationspraxis der politischen Vertreter angeregt werden können, müssen in einen umfassenden öffentlichen Bewertungsprozess überführt werden.
4. Die Produktion von Medieninhalten folgt den Entscheidungen von Unternehmensleitungen über die innerbetriebliche Organisation der Arbeit. Die Organisationsformen sind in ihrer Innen- und Außenwirkung Teil des potentiellen Public Value. Beispielsweise verdient die Übernahme der Konzeption von crossmedialen Newsrooms aus dem Crossmedia Marketing eine kritische Beachtung. Die »Corporate Newsrooms« der Werbebranche sollen die Einheitlichkeit und Durchschlagskraft von Markenbotschaften verbessern, die auf vielen Kanälen gleichzeitig ausgegeben werden. Das Vielfaltsgebot und das Modell der inneren Pressefreiheit auch in den Nachrichtenabteilungen vertragen sich mit der Vereinheitlichungsidee solcher Konzepte nicht. Hinzu kommen die Hierarchisierung redaktioneller Entscheidungen und Kontrollmechanismen. Beides wird auch durch technische Systeme gestützt, die Überwachung zudem oft durch die Architektur redaktioneller Großräume. Das Konzept crossmedialer Newsrooms liefert ein Beispiel für die Doppelnatur der Digitalisierung: Enthierarchisierung und größere Partizipation durch Vernetzung ist ebenso möglich wie Zentralisierung und Autonomieabbau. Ein Beispiel für diese Entwicklung lieferte 2022 der Fall Döschner/WDR (KStA 2022).
5. Vielfalt, Qualität und Innovation müssen auch die gewählten Formate, Verbreitungskanäle und Kommunikationsformen prägen. Die empirische Erkenntnis, dass Formate für das lineare Fernsehen, die bei Senioren beliebt sind, von jüngeren Nutzern in den Mediatheken nicht geschätzt werden, bleibt bislang folgenlos. Jüngere Mediennutzer stehen dem Kernauftrag des ö/r Systems positiv gegenüber. Sie werden jedoch nur im Kanal-Komplex *Funk* (0,5 % der Beitragseinnahmen) adäquat angesprochen. Ansonsten wird der gesetzliche Rundfunkauftrag in Bezug auf sie ebenso ignoriert wie für Zuwanderer und Deutsche mit Migrationshintergrund (25 % der Bevölkerung). Der Rundfunkauftrag wird verletzt, wenn diese großen Bevölkerungsgruppen nicht durch Inhalte und Dialogangebote erreicht werden.

6. Die Medien- und Kommunikationswissenschaft muss am Prozess der Prüfung und Bestätigung von Public Value mitwirken, indem sie das ö/r Mediensystem und die Gesamterfahrung seiner Nutzer wieder zum Gegenstand kritischer Untersuchungen macht. Der Normenhorizont dieses Systems entspricht nicht seiner empirischen Realität. Quoten und Klickraten können nicht mit Akzeptanz gleichgesetzt werden, und in Umfragen ermittelte Vertrauenswerte nicht mit dem Nutzen des Systems für die Allgemeinheit. Die qualitativen Bedürfnisse der Mediennutzer bleiben eine offene Frage.

Der Public Value anderer Programmanbieter

Die ausschließliche Verteilung der Beitragsmittel an die Programmanbieter ARD, ZDF, Deutschlandradio ist staatsvertraglich geregelt, aber keineswegs verfassungsrechtlich vorgeschrieben. Per Gesetz bzw. Staatsvertrag könnte ein Prozentsatz des Rundfunkbeitrags – wie es auch für die Landesmedienanstalten geschieht, die knapp zwei Prozent der Mittel erhalten – abgezweigt und einem besonderen Fonds zugewiesen werden (vgl. auch den Beitrag von Thorolf Lipp in diesem Band). Von verschiedenen Seiten wird vorgeschlagen, einen Teil des Rundfunkbeitrags direkt über ein festzulegendes Auswahlsystem zur Finanzierung von Inhalten zu verwenden, für die ein allgemeines gesellschaftliches Interesse begründbar ist. Nutznießer könnten Produzenten sein, die diese Inhalte dann online oder über einen linearen Fernsehkanal ausspielen lassen, aber auch kommerzielle Fernsehsender wie ProSieben haben sich ins Gespräch gebracht. Eine zielführende Diskussion dieser Vorschläge ist bislang nicht zustande gekommen. Für die Auswahl müssten allseits akzeptierte Qualitätsmaßstäbe festgelegt werden. Darunter sollten Vielfaltsaspekte sein, also besondere Themen, besondere Perspektiven, besondere Zielgruppen, die aufgrund der Planstellenstrukturen und ihrer Benchmarks im Programmgeschehen der ö/r Sender nicht ausreichend berücksichtigt werden. Diese erfüllen keineswegs immer den verfassungsrichterlichen Auftrag, »insbesondere auch solche Aspekte aufzugreifen, die über die Standardformate von Sendungen für das Massenpublikum hinausgehen oder solchen ein eigenes Gepräge geben« (BVerfG 2018: Rn 78). Es gibt in privaten Programmen beispielsweise Magazine wie *Galileo* (ProSieben) und immer wieder einzelne Produktionen, die in inhaltlicher Hinsicht alle Merkmale gemeinnütziger Programme aufweisen. Die vom Verfassungsgericht geforderte »Entscheidungsrationalität«, die keinen ökonomischen Anreizen folgt, wird von den ö/r Anstalten nicht zur obersten Richtschnur gemacht. Die erzielbare Reichweite (Quote, Klickraten) ist bei ihnen der wichtigste Maßstab der Stoffauswahl und der Programmplanung, obwohl es dafür aufgrund der Beitragsfinanzierung keinen ökonomischen Anlass gibt. Viele dokumentarische und auch fiktionale Produktionen unterbleiben daher, weil ihnen keine »Programmplätze«

zugestanden werden und keine ausreichende Finanzierung gewährt wird. Zudem macht den Anstalten offenbar die angestrebte »Verjüngung« ihrer Programme Schwierigkeiten, indem sie altbackene Inhalte und Darstellungsformen zu überwinden versuchen, jetzt aber mitunter deren Infantilisierung betreiben. Neben den inhaltlichen Qualitätskriterien sollte auch der Kommunikationsaspekt beachtet werden. Dieser kann zum Beispiel in Form von attraktiven interaktiven Umgebungen realisiert werden. Darüber hinaus müssten die Bewerber um Finanzierung aus Gemeinschaftsmitteln weitere Kriterien erfüllen: Nachweise nachhaltigen, sozialen und diversen Managements des Unternehmens bzw. der Produktionseinheit, also Transparenz des Geschäftsbetriebs. Der gesamte Antragsprozess sollte auf einer öffentlichen Plattform stattfinden, die den Beitragszahlern Kommunikationsmöglichkeiten über die vorgeschlagenen Projekte bereitstellt.

Ein »Public-Value-Produktionsfonds« hätte für die ö/r Unternehmen keine Nachteile – ihre Gesamtbudgets würden geringfügig gestutzt, blieben aber kalkulierbar. Darüber hinaus kann das Modell ihnen die Möglichkeit eröffnen, sich selbst mit Projekten um Mittel aus diesem Fonds zu bewerben.

Prof. Dr. Hermann Rotermund lehrte Medienwissenschaft an der Rheinischen Fachhochschule Köln und an der Leuphana-Universität Lüneburg. Von 1996 bis 2000 war er an der Gründung ö/r Onlinemedien beteiligt. Seine Forschungsschwerpunkte sind der Medienwandel und die Ideengeschichte(n) der Formalisierung.

Literatur und Verweise

ARD (Hg.) (2021), Zukunftsdialog. Bericht 2021. Köln. Internet-Plattform dazu: https://ard-zukunftsdialog.de/, letzter Zugriff: 1. Juli 2022.

BBC (Hg.) (2004), Building public value. Renewing the BBC for a digital world. London.

BVerfG (2018), Urteil des Ersten Senats vom 18. Juli 2018. www.bverfg.de/e/rs20180718_1bvr167516.html (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Die Medienanstalten (2021), Satzung zur Durchführung der Vorschriften gemäß § 84 Abs. 8 Medienstaatsvertrag zur leichten Auffindbarkeit von privaten Angeboten. Stand: 24.06.2021. https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Satzungen_Geschaefts_Verfahrensordnungen/Public_Value_Satzung.pdf (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

EBU (2012), Empowering Society. A Declaration of the Core Values of Public Service Media. Geneva. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Empowering-Society_EN.pdf (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

KStA (2022), Journalist wirft dem Sender »faktisches Arbeitsverbot« vor. Kölner Stadtanzeiger 28.10.2022. https://www.ksta.de/kultur-medien/klima-journalist-verklagt-wdr-faktisches-arbeitsverbot-366364(aktuell zuletzt am 16.05.2023)

MDR (2022), Leipziger Impuls III: Ö/r Medien sichern Gemeinwohl durch Vielfalt. https://www.mdr.de/presse/unternehmen/presseinformation-leipziger-impuls-drei-100.html (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Moore, Mark H. (1995), Creating public value: strategic management in government. London.

ORF (Hg.) (2021), Public Value Bericht I–III. Wien.

Pfab, Susanne; Robert Arndt (2019), Public Value als Leitmotiv des öffentlichen Rundfunks. In: Die Medienanstalten (Hg.), Content-Bericht 2018. Forschung, Fakten, Trends. Berlin, S. 163–168.

Rotermund, Hermann (2021), Modell Youtube. Die ARD sollte ihre Mediathek dem Dialog öffnen. In: epd medien, Nr. 17, 30.04.2021, S. 3–6.

Scherer, Helmut (2011), Public Value als Publikumsauftrag oder Publikumsdesiderat. In: Karmasin, Matthias; Daniela Süssenbacher; Nicole Gonser (Hg.), Public Value. Theorie und Praxis im internationalen Vergleich. Wiesbaden, S. 127–140.

SRG SSR (Hg.) (2022), Geschäftsbericht 2021. Bern. https://gb.srgssr.ch/fileadmin/dam/pdf/Download-Center/Geschaeftsbericht-SRG-2021_de.pdf (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Was sagen Medienschaffende zum Thema?

Zukunft der Landesrundfunkanstalten

Das Massenmedium TV hat in den extrem diversen digitalen Welten teilweise ausgedient. Wir haben ganz viele, ganz spezielle Partikularinteressen, die man immer wieder auch mal übereinanderlegen kann, aber am Ende steht ein sehr persönlicher Medienmix. Trotzdem wird es die Landesrundfunkanstalten auch weiter brauchen, auch mit den jeweiligen Schwerpunkten, die jedes Haus hat. Das ist mir wichtig. Ich glaube aber genauso, dass der zentrale Zugang über eine einzige Mediathek in Zukunft wichtig sein wird. Damit die Nutzer*innen dann auch sagen können, dass das ö/r Angebot programmlich viel bunter und diverser ist, als sie es eigentlich erwartet haben. Und übrigens ist, angesichts steigender Zahlen von Zuwanderern, auch Mehrsprachigkeit wichtig. Es ist also ein gravierender Kulturwandel innerhalb der Häuser und Landesrundfunkanstalten notwendig. Man muss in Zukunft verschiedene Plattformen und Ausspielwege mitdenken und schauen, welches Thema passt denn wo am besten hin? Oder aus der User-Sicht gedacht: Welcher Inhalt interessiert denn welche Zielgruppe überhaupt und wo erreiche ich sie dann auch und wo passt das zu ihrem sonstigen Medien-Nutzungsverhalten? Zu ihrer Lebensrealität?

Fehlende Transparenz

Ein weiterer Punkt ist fehlende Transparenz des ganzen Systems. Eine gewisse Hermetik. Zum Beispiel: Nach welchen Schlüsseln werden welche Lizenzen angekauft. Also wer entscheidet, welche Filme gekauft werden und zu welchen Bedingungen? Und warum gibt es, zum Beispiel für den Kurzfilm praktisch überhaupt keine Budgets mehr? Wer entscheidet das? Man kommt als Interessenvertreter erst gar nicht in eine Verhandlungsmöglichkeit. Die Vertre-

ter*innen der Anstalten bremsen einen eigentlich immer aus. Es gibt niemanden, der sich unsere Probleme anhört oder unsere Anliegen ernst nimmt. Das Gefühl ist: Man kratzt von außen an der Tür und rutscht immer ab. Das finde ich extrem frustrierend, weil es sich ja um einen ö/r Sender handelt. Und ich sehe da keinerlei Willen, wirklich etwas zu verändern. Das ist mein Fazit aus den letzten Jahren.

Die Vielfalt fehlt

Es fehlt ganz einfach die von verschiedenen Vorrednern schon angemerkte Vielfalt im Programm. Der ö/r Rundfunk ist zu einem Vollprogramm verpflichtet und dazu gehört kulturelle Vielfalt. Überhaupt Vielfalt. Und die ist viel zu schwach ausgeprägt. Nehmen wir Kurzfilme. Die laufen, wenn überhaupt, sehr spät in der Nacht. Es gibt jetzt eine Tendenz, sie stärker in den Mediatheken anzubieten, aber die Art und Weise, wie sie präsentiert werden, lässt arg zu wünschen übrig. Krimis haben eigentlich überall die stärkste Präsenz in den Mediatheken.

Regionale Vielfalt

Vielfalt sollte sich auch in der ö/r Mediatheken-Verbundstruktur in irgendeiner Form widerspiegeln. Und da sind die einzelnen Landesrundfunkanstalten wichtig. Was die Mediatheken anbelangt muss man dann auch schauen, wo es dann auch tatsächlich strategisch sinnvoll ist, solche Dinge dann zu vereinfachen. Aber ich glaube, im linearen Programm brauchen wir die regionale Vielfalt. Ganz einfach, weil die Nutzer*innen draußen, die brauchen diese Vielfalt.

Teil 2: Mehr Vielfalt durch mehr Beteiligung auf allen Ebenen

Vielfältige Programmgestaltung braucht vor allem: vielfältige Beteiligung

Jörg Sommer

Unsere Gesellschaft wird immer diverser – und das gilt auch für unsere Demokratie. Die repräsentativen Institutionen, Strukturen und Prozesse beziehen ihre Legitimation zunehmend nicht mehr nur aus Wahlen, sondern aus vielfältigen Beteiligungsprozessen. Tag für Tag werden wesentliche Zukunftsfragen in dialogischen Verfahren verhandelt. Selbst auf Bundesebene wird zunehmend mit Bürgerräten nach irischem Vorbild gearbeitet. Die Erfahrungen damit sind überwiegend positiv. Die Deliberative Demokratie (Habermas 1992) entfaltet sich. Gleichzeitig ist die Programmgestaltung der ö/r Medien noch immer hierarchisch dominiert und repräsentativ fixiert. Dabei wäre es erstaunlich einfach, die reale Vielfalt unserer Gesellschaft in die Programmgestaltung einzuspeisen: durch vielfältige und breite Beteiligungsformate, die nicht erfunden werden müssen – aber erprobt.

Mangelnde Transparenz und mangelnde Akzeptanz

Politische Entscheidungen sollten auf Fakten beruhen und Ergebnis eines politischen Diskurses sein. Zumindest in der Theorie. Die Praxis sieht anders aus. Vor allem von außen, also für die meisten Bürger*innen. Für viele sind politische Entscheidungen Ergebnis einer merkwürdigen Melange aus programmatischer Parteiräson, undurchsichtigen Hinterzimmerdeals, nebulösem Lobbyistenwirken und persönlichen Interessen der Beteiligten. Und was für die Politik gilt, gilt erstaunlich parallel auch für die Wahrnehmung der ö/r Medien, ihrer Finanzierung und ihrer Programmgestaltung. Das stimmt so zwar nur manchmal, aber das Image der ö/r Medien sowie der politischen Akteur*innen war schon einmal besser. Befeuert auch durch Rechtspopulist*innen, die systematisch und penetrant an der Spaltung von »politischen Eliten« und »Volk« arbeiten.

Ihr Credo: Der einfache Deutsche auf der Straße würde besser regieren als die »Politikerkaste«. Kein Wunder, dass sich diese Gruppe aktuell sehr für zwei politische Ideen begeistert: Mehr »direkte Demokratie nach Schweizer Vorbild« (so steht es im AfD-Parteiprogramm) und die Idee der Aleatorik – also dem Auslosen

politischer Mandatsträger/innen bzw. dem Schaffen sogenannter »Zufallsgremien« (Sommer 2021). Dahinter steckt der Versuch, unsere demokratischen Institutionen zu delegitimieren. Die aktuellen Angriffe zeigen: Als eine solche Institution zählt auch der ö/r Rundfunk zu den Feindbildern. Ob Parlamente, Rundfunk- oder Programmbeiräte – die Kritik geht in die gleiche Richtung: Besetzungen und Beschlüsse fußen auf intransparente Mauscheleien der »Politikerkaste«.

Doch nur weil es Kritik aus gefährlichen Gründen gibt, muss diese Kritik per se nicht unberechtigt sein. Und nur weil bestimmte Ideen, Formate und Gremienbesetzungsmethoden (auch) falsche Freunde haben, müssen es nicht automatisch auch die falschen Methoden sein. Wenn wir also nach Möglichkeiten suchen, zum Beispiel den ö/r Rundfunk in seinen Aufgaben zu unterstützen, zu stärken, besser und auch demokratischer zu machen, empfiehlt es sich, ideologische Interessen, delegitimatorische Motive und unreflektierte Hypes nicht zu ignorieren, ihnen aber auch nicht auf den Leim zu gehen.

Demokratisierung oder Delegitimierung?

Ein solcher aktueller Hype sind die sogenannten Bürgerräte[1] (Jacobsen 2021). Zufällig ausgeloste Menschen diskutieren ein Thema und produzieren dazu »Handlungsempfehlungen« an die Politik. Das Konzept bezieht sich auf den »Rat der 500« in einer Phase der attischen Demokratie (Rhodes 1985). Dieser war allerdings kein nur für kurze Zeit einberufenes Gremium, sondern die Mitglieder wurde als eine Art »Parlament« für jeweils ein Jahr gelost – und aus dessen Kreis dann wieder allerlei öffentliche Funktionen und Gremien bestimmt. Das Konzept ging also erheblich weiter als jenes der aktuell stark diskutierten Bürgerräte. Einige der Protagonisten dieses Formates wollen unsere Demokratie auch in diese Richtung weiterentwickeln. Es kursiert bereits der Begriff der »Losdemokratie«, einer »idealen Demokratie« nach griechischem Vorbild. Das auch dieses Vorbild Licht und Schatten hat, können uns die Historiker erklären. Denn politische Teilhabe gab es für die meisten Athener selbst zur Blütezeit nicht. Zumindest nicht für Frauen, Fremde und Sklaven, also der übergroßen Mehrheit der Bevölkerung. Und so richtig gut funktioniert hat das im alten Griechenland auch nur im Stadtstaat Athen. Anderswo in Griechenland herrschten ganz andere Systeme bis hin zu reinen Diktaturen. Selbst in Athen war die Blütezeit der losbasierten Demarchie zeitlich begrenzt. Auch Wahlen gab es

---

1 Der erste Bürgerrat in Deutschland wurde 2019 vom Verein »Mehr Demokratie« veranstaltet. Sein Thema: »Demokratie«. Eine der Empfehlungen: Mehr Bürgerräte. Es folgte ein Experiment des Deutschen Bundestages mit dem Bürgerrat »Deutschlands Rolle in der Welt«. Seitdem gab und gibt es zahlreiche Bürgerräte insbesondere auf kommunaler bzw. Landesebene und unabhängig organisiert durch unterschiedliche NGOs.

dort nach wie vor (Stahl 2003). Das Bild der »Losdemokratie« (Röcke 2005) ist also zunächst einmal ein ideologisches Konstrukt, von unterschiedlichen Akteuren aus unterschiedlichen Motivationen favorisiert. Das gilt genau so für die ihr vorgeschaltete Marke »Bürgerrat«.

Partizipation ist geprägt von Vielfalt

Wir haben in Deutschland zwischenzeitlich mehr als 20 Jahre Erfahrungen mit unterschiedlichen Formaten der politischen Teilhabe. In der klassischen Bürgerbeteiligung kennen wir die genaue Zahl erfolgreich eingesetzter Formate nicht, es dürften deutlich über 600 sein[2]. Einige sind ausgezeichnet geeignet, um gemeinsam Ideen und Visionen zu entwickeln, andere dienen der Bearbeitung von Konflikten. Manche Formate funktionieren besser bei jungen Menschen, manche können Themen tief und intensiv bearbeiten, verlangen aber viel Zeit und Vorbildung bei den Beteiligten. Andere erreichen viele Menschen, realisieren breite Beteiligung und/oder sind niederschwellig.

Hinzu kommen zahlreiche unterschiedliche Formen der Teilnehmergewinnung. Es gibt losbasierte Verfahren, Delegation durch bestimmte Gruppen, völlig offene Selbstrekrutierung, aber auch aufwändige Scoping-Prozesse mit dem Ziel, bewusst alle Betroffenengruppen zu integrieren. Die unterschiedlichen Kombinationen aus Verfahren und Rekrutierungsmodell ergeben letztlich eine vierstellige Zahl von denkbaren Beteiligungskonstrukten – ganz unabhängig von der Wahl der Themen und der damit verknüpften Agenda.

Das Format Bürgerrat ist eines dieser Konstrukte, tatsächlich im Grunde eine geringfügig modifizierte, in der Zahl der Teilnehmenden aufgebohrte Version der sogenannten »Planungszelle«[3], einem schon in den 70er Jahren des letzten Jahrhunderts von Professor Peter Dienel in Deutschland entwickelte Beteiligungsformat (Dienel 1978). Wenn wir also drüber nachdenken, wie wir den ö/r Rundfunk partizipativer gestalten können, sind wir gut beraten, aus dem umfangreichen Portfolio an Beteiligungserfahrungen zu schöpfen, ohne uns von aktuellen Trends, Moden und Motiven treiben zu lassen.

---

2 Eine publizierte Gesamtaufstellung gibt es nicht. Im Internet finden sich zahlreiche Format- und Methodensammlungen, in der Datenbank des Berlin Instituts für Partizipation befinden sich knapp über 400 Formate.

3 Eine Planungszelle ist eine Gruppe von ca. 25 im Zufallsverfahren ausgewählten Personen, die Lösungsvorschläge für ein vorgegebenes Planungsproblem erarbeiten soll. Die Ergebnisse ihrer Beratungen werden in einem so genannten Bürgergutachten zusammengefasst und den politischen Entscheidungsinstanzen als Beratungsunterlage zur Verfügung gestellt.

Wie sieht ein partizipativer Rundfunk aus?

In einem ersten Schritt sollten wir definieren, welche Wirkung wir uns von partizipativen Strukturen erwarten. Was brauchen wir? Was wollen wir? Welche Defizite gibt es? Was könnte die Akzeptanz des ö/r Rundfunks erhöhen? Die Wirkung? Die Qualität des Programms? Den Bezug zur realen Alltagswelt der Bevölkerung? Die Themenbreite, die Relevanz, die Chance, auch Themen jenseits des Mainstreams anspruchsvoll zu realisieren? All diese Fragen münden im Grunde in vier Beteiligungszielen die sich überschneiden und wechselseitig wirken: Es geht um Qualität, um Transparenz, um gesellschaftliche »Erdung« und letztlich um Akzeptanz.

Die Wechselwirkungen sind komplex und teilweise herausfordernd. Während Qualität, Erdung und Transparenz unmittelbar positive Auswirkungen auf die Akzeptanz von Institution und Programm haben, ist insbesondere das Verhältnis von Qualität und Erdung ein dialektisches.

Betrachten wir im nächsten Schritt, zu welchen Entscheidungen, Prozessen und Strukturen eine Beteiligung Sinn machen könnte. Aufgrund der Erfahrungen, die wir in Bürgerbeteiligungsprozessen machen konnten, wissen wir: Man kann im Prinzip zu allem beteiligen, sinnvoll aber nur, wenn es auch eine Möglichkeit gibt, dass die Beteiligung wirkt. Denn wirkungslose Beteiligung ist wertlose Beteiligung. Konzentrieren wir uns bei den möglichen Wirkungen auf jene, die tatsächlich eine erhebliche Relevanz für unsere Ziele haben, empfiehlt sich eine Konzentration auf folgende Wirkungsfelder:

- Finanzierung
- Strategische Planung
- Besetzung von Führungsfunktionen
- Programmgestaltung
- Evaluation

Selbst bei einer Konzentration auf diese vier Beteiligungsziele und die fünf Wirkungsfelder wird angesichts der bereits geschilderten Diversität der partizipativen Formate und Prozesse klar: Das *eine* Format, dass all diese Erwartungen erfüllt, gibt es nicht.

Die gute Nachricht lautet: Es gibt bewährte partizipative Formate für jedes der skizzierten Beteiligungsziele und Wirkungsfelder. Bei der Auswahl sind zwei Dinge jedoch von großer Bedeutung: Zum einen darf es keine Kakofonie unterschiedlicher, inkompatibler und nicht miteinander synchronisierbarer Formate geben, die am Ende gar parallel widersprüchliche Ergebnisse produzieren.

Partizipation jenseits der Gremien

Zum anderen gilt es einen immer wieder aufkommenden Fehler zu vermeiden: Die Ergänzung oder gar Ersetzung repräsentativer Gremien durch neue repräsentative Gremien. Gerade auch im Bereich des ö/r Rundfunks zeigen uns einige Vorfälle und Skandale aus jüngster Vergangenheit, dass die Kontinuität und enge, jahrelange, teilweise klandestine Verflechtung von Akteuren zu erheblichen Verwerfungen führt. Partizipation lebt von Deliberation, nicht von Kontinuität. Letztere ist der Feind von Transparenz, Distanz und kritischen Debatten. Das gilt für alle Gremien, unabhängig davon, ob sie gewählt, ernannt oder gelost werden. Gleichzeitig ist mangelnde Kontinuität wiederum ein möglicher Widerspruch zu Qualität. Insbesondere dann, wenn »normale« Bürger*innen ohne umfangreiches Vorwissen komplexe Sachverhalte bewerten und entsprechende Entscheidungen treffen sollen, ist ein hohes Manipulationspotential vorhanden. Genau das ist das bereits angesprochene problematische Verhältnis von Qualität und Erdung. Sinnvolle Partizipation konzentriert sich also auf ethische Abwägung, Lokalisierung von möglichen Konflikten, Einbringung unterschiedlicher Interessen und Wahrnehmungen und im Idealfall Erarbeitung von Lösungspfaden für eben jene Konflikte. Die Entwicklung eines Beteiligungsmodell mit dem langfristigen Ziel eines »partizipativen gesellschaftlichen Rundfunks« ist also, wie wir gesehen haben, machbar, aber herausfordernd. Und sicher im Rahmen dieses kurzen Beitrags nicht möglich.

Einige Ideen, Ansätze und Pfade können wir dennoch andiskutieren. In der Finanzierung greifen die gleichen Herausforderungen, die wir aus der zwischenzeitlich 30 Jahre alten Praxis der Bürgerhaushalte kennen: Die Komplexität verhindert tiefe Beteiligung. Und dort, wo sie dennoch angeboten wird, nehmen sie nur Wenige (aus ganz bestimmten Milieus) war. Dennoch ist Beteiligung möglich und sinnvoll: Für die ganz großen Rahmenbedingungen – und die kleinen, oft unbeachteten Themen. Übertrag auf den ö/r Rundfunk heißt dies: Es ist beispielsweise problemlos möglich, zwischen die regelmäßige Finanzbedarfsermittlung der »Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten« (KEF) und der Entscheidung der Landesregierungen ein Beteiligungsformat zu platzieren, dass den Bericht kritisch hinterfragt und Empfehlungen dazu formuliert.

Noch grundsätzlicher – und mutiger – ist tatsächlich ein Beteiligungsprozess, der die langfristige Rolle (Programmatik und Finanzierung) des ö/r Rundfunks diskutiert und eine Vision eines partizipativen gesellschaftlichen Rundfunks entwickelt. Der Prozess kann mit Formaten auf Ebene der Landesrundfunkanstalten beginnen und dann bundesweit zusammengeführt werden. Als Formate kommen Pla-

nungszellen ebenso in Frage wie Appreciative Inquiry[4] oder Partizipatives Backcasting[5].

Mobile Hörer/Zuschauerversammlungen[6], Town-Hall Meetings[7] oder Open-Space-Konferenzen[8] können regional vorgeschaltet werden. Sie können Themen lokalisieren, Aufmerksamkeit wecken, bei der Rekrutierung für den weiteren Prozess helfen und durch breite, aufsuchende ad-hoc Beteiligungsangebote wie z.B. das »Rote Sofa«[9] begleitet werden.

Auch die »kleinen« Themen können – ohne mit obigem Prozess zu konkurrieren, partizipativ adressiert werden. In der Beteiligung an kommunalen Finanzen hat dies zum zwischenzeitlich in vielen deutschen Kommunen praktizierten Konzept der »Bürgerbudgets« geführt (Sommer/Marticke 2021). Auch sie sind divers, folgen aber alle einem ähnlichen Prinzip: Im öffentlichen Haushalt wird ein Betrag X reserviert. Alle Bürgerinnen und Bürgern können Vorschläge zu dessen Verwendung machen und auch konkrete Projekte vorschlagen. Regelmäßig werden diese Vorschläge – meist nach einer fachlich-rechtlichen Prüfung dann öffentlich zur Abstimmung gestellt. Welches Projekte realisiert werden, entscheiden die Bürgerinnen und Bürger. Man braucht nicht viel Phantasie, um sich ein ähnliches Konzept auch im Rahmen des ö/r Rundfunks vorzustellen.

Dies sind nur einige erste Gedanken zu eine partizipativeren Finanzierung, die weiteren angesprochenen Wirkungsfelder haben ähnliches, anderes und zum Teil erheblich umfassenderes Potential. Das gilt auch für die Rekrutierungsmodelle. Bundesweite Formate werden tatsächlich regelmäßig losbasiert besetzt, aus rein technischen Gründen. Nur so kann aus 80 Millionen potentieller Teilnehmer*innen sinnvoll eine auch sozial breite Besetzung erfolgen. Losbasiert heißt jedoch nie reines Auslosen. Denn oft nimmt nur einer von 20 Ausgelosten die Einladung zur

---

4 Appreciative Inquiry führt in vier Schritten vom Entdecken (Discovery) und Träumen (Dream), zur Planung (Design) und zur letzten Phase des Dialogs über die gemeinsame Bestimmung (Destiny) im Projekt, der Gruppe oder der Organisation.

5 Beim Partizipativen Backcasting geht es darum, eine gemeinsame Vision zu entwickeln, welche den gewünschten Zustand beschreibt. Anschließend werden rückwärts nötige Entwicklungsschritte erarbeitet.

6 Ein Beteiligungsformat in Form einer Reise z.B. durch ein Rundfunkhaus. Es ist mehr als eine Besichtigungstour, sondern realisiert Beteiligung »on location«.

7 Town Hall Meetings haben in den USA bereits eine lange Tradition: Schon seit dem 17. Jahrhundert sind sie fester Bestandteil der dortigen kommunalen Partizipationskultur. In einer offenen Versammlung wird ein Thema diskutiert, oft eingeleitet durch zwei konträre Inputs.

8 Selbstgesteuerte Kleingruppen erarbeiten im Rahmen einer gemeinsamen Konferenz zu einem vorgegeben Thema in einem autonomen Prozess Positionen und Lösungen.

9 Tatsächlich wird hier ein Sofa dort platziert, wo viele Menschen vorbeikommen. Dort werden diese eingeladen, sich im Gespräch mit einem Moderator oder einer Moderatorin spontan zu den gefragten Themen zu äußern. Die Ergebnisse werden ausgewertet und fließen in Folgeprozesse ein.

Beteiligung auch an – und das sind regelmäßig ähnliche Akteure (männlich, älter, gebildet und relativ wohlhabend). Es bedarf also sogenannter Gewichtungsprozesse, sonst ist zwar die reine (Los-)Lehre realisiert, aber die soziale Zusammensetzung letztlich ziemlich ähnlich jener im alten Athen. Je näher wir aber der lokalen Lebenswirklichkeit kommen, je eher sind offene Prozesse möglich, die grundsätzlich allen ein Angebot machen, die sich einbringen wollen. Das ist in einer partizipativen Demokartei wichtig, darf aber nicht genügen. Denn die schon bei losbasierten Verfahren angesprochene soziale Dysbalance gilt auch hier. Deshalb werden offene Angebot durch sogenannte »aufsuchende Beteiligung« ergänzt, bei der gezielt genau jene Milieus angesprochen werden, die ansonsten unterrepräsentiert sind.

Und auch ein viertes Rekrutierungsformat ist gerade im Fall des ö/r Rundfunks zu empfehlen: Eigenständige Formate für bestimmte Gruppen wie Jugendliche, Senior*innen, Migrant*innen, Menschen mit körperlichen Einschränkungen – denn dort entstehen die besten Ergebnisse, wenn sie sich gegenseitig inspirieren.

Partizipation als Pfad zur Zukunftsfähigkeit

Abschließend können wir festhalten: Ein zukunftsfähiger gesellschaftlicher Rundfunk in einer diversen Gesellschaft wird erheblich partizipativer sein als heute. Mit einer Gremienreform alleine ist es nicht getan. Es bedarf einer umfassenden Beteiligungskultur zu vielen Themen, mit vielen Beteiligten und unterschiedlichen Formaten. Dazu gehört auch innere Partizipation in Fragen der Programmgestaltung, der Organisation, der Personal- und Entwicklungsplanung. Denn Beteiligung lebt von Betroffenheit. Das bedeutet letztlich auch, überall, wo Betroffenheit existiert, gibt es auch Ansätze für Beteiligung. Und angesichts der bekannten Entwicklungen umfasst innere Partizipation im Rundfunk auch Beteiligung der Freien Mitarbeitenden.

Die gute Nachricht lautet: Der Einstieg in Partizipation ist erstaunlich einfach. Anfangen kann man mit jedem Thema, jedem Wirkungsfeld, jedem Ziel. Denn das Wunderbare an der Partizipation ist: Erst einmal begonnen entwickelt sie stets eine erstaunliche Dynamik. Wenn sie gut gemacht ist – und sogar, wenn sie weniger gut gemacht ist. In letzterem Fall ist sie dann möglicherweise etwas konfliktreicher. Schmerzfrei ist Beteiligung ohnehin nie. Dafür ist die Lernkurve oft überraschend hoch, gerade auch in eingeschliffenen oder gar verkrusteten Strukturen.

Man muss nur beginnen.

Jörg Sommer ist Sozialwissenschaftler, Journalist und Schriftsteller. Für die Stärkung und Weiterentwicklung unserer Demokratie engagiert er sich u.a. als Direktor des Berlin Institut für Partizipation und als Koordinator der Allianz Vielfältige

Demokratie. Er publiziert einen wöchentlichen Newsletter zu Demokratie und politischer Teilhabe, der kostenlos abonniert werden kann: https://demokratie.plus

Literatur und Verweise

Deutschlandfunk (2017): Die AfD will »schlanken Bürgerfunk«, 18.04.2017, https://www.deutschlandfunk.de/afd-ueber-rundfunk-die-afd-will-schlanken-buergerfunk-100.html (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Dienel, Peter (1978), Die Planungszelle. Der Bürger als Chance, Wiesaden, 1978.

Habermas, Jürgen (1992), Drei normative Modelle der Demokratie: Zum Begriff deliberativer Demokratie. In: Herfried Münkler (Hg.): Die Chancen der Freiheit. Grundprobleme der Demokratie. München und Zürich 1992. S. 11–24.

Jacobsen, Lenz (2021), Politik kann doch jeder, ZEIT Online, 03.01.2021, https://www.zeit.de/politik/deutschland/2020-12/buergerrat-demokratie-politik-wahlsystem-auslosung (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Rhodes, Peter (1985), The Athenian Boule. 2. Auflage, Oxford 1985.

Röcke, Anja (2005), Losverfahren und Demokratie – historische und demokratietheoretische Perspektiven, Münster 2005.

Sommer, Jörg (2021), Parteien und Bürgerbeteiligung – Konkurrenz, Instrument oder ein großes Missverständnis?, Berlin, 2021.

Sommer, Jörg und Bernd Marticke (2021), Bürgerbudgets als Katalysator kommunaler Teilhabe. In: Jörg Sommer (Hg.): Kursbuch Bürgerbeteiligung #4, Berlin, 2021.

Stahl, Michael (2003), Gesellschaft und Staat bei den Griechen. Klassische Zeit. Paderborn, 2003.

Was sagen Medienschaffende zum Thema?

Wer ist überhaupt Appellationsinstanz für Veränderung?

Ich frage mich, wer innerhalb des ö/r Systems ist nicht Frosch, der um seinen Sumpf fürchtet, sondern ist überhaupt befugt und beauftragt von diesem System über neue Strukturen und über Synergien nachzudenken? Ist es die Intendanten-Ebene, gibt es Strukturkommissionen? Wer sind die Leute, die diese Fragen innerhalb des Systems bearbeiten? Und ich glaube, wenn man wüsste, wer das ist, müsste man sich überlegen, wie wir als Kreative genau mit denjenigen ins Gespräch kommen, weil das die Leute sind, die innerhalb des Systems die Ideen der Veränderung voranbringen können. Da muss es doch sozusagen innerhalb des ö/r Rundfunks Menschen geben oder Gremien geben, die sich mit diesen Fragen beschäftigen. Und die auch die Macht haben, etwas zu verändern!

Die Bevölkerung miteinbeziehen

Warum bindet man nicht die Bevölkerung vielmehr ein, um dann den Auftrag und damit auch Freiheiten zu schaffen, um einen Auftrag wieder neu definieren zu können und aus dieser Bewegungslosigkeit, die scheinbar im Moment herrscht, wieder herauszukommen? Und um Gelder neu zu verteilen oder neue Räume zu schaffen.

Strukturen in Aufsichtsgremien

Ich glaube, dass unser Ansatz eigentlich auch sein sollte, mit denen, die dafür verantwortlich sind, ins Gespräch zu kommen. Das sind nicht nur die Redakteur*innen. Das sind natürlich auch die politischen Aufsichtsgremien, insbesondere die Rundfunk- und Fernsehräte. Wir müssen denen eigentlich die Situation klarmachen. In meinem Bundesland haben wir zum Beispiel eine Initiative junger Filmemacher*innen und junger Produzent*innen. Die haben versucht, die Rundfunkräte anzuschreiben und ihre Themen zu diskutieren: zum Beispiel, dass der Nachwuchs nicht zum Zuge kommt, dass nicht experimentiert wird, dass der Sender ausschließlich Auftragsproduktionen vergibt – was ja gerade für den Nachwuchs absolut desaströs ist. Sich haben sich daran ziemlich die Zähne ausgebissen. Nicht wegen der Kontroverse, sondern wegen der Nicht-Kontroverse. Es passiert einfach gar nichts. Es stellt sich die Frage nach der Dialogfähigkeit. Diese Rundfunkräte müssten entweder aus sich heraus verpflichtet werden, mit den gesellschaftlichen Kräften, mit den kreativen Kräften, ins Gespräch zu kommen. Das ist seit fast 20 Jahren mein Thema und alle nicken sie mit dem Kopf, außer natürlich die Verantwortlichen der Sender-Geschäftsführung. Aber passiert ist in der ganzen Zeit überhaupt nichts.

Einrichtung eines regelmäßigen Kreativgipfels

Themen, Thematik, Formate, Formatierungen. Was soll der ö/r Rundfunk da leisten? Sie haben viele Leute, die in den Redaktionen sitzen und sich Gedanken machen. Sie haben Rundfunkräte, die sicher auch Forderungen stellen. Dann gibt es Forderungen gesellschaftlicher Art, was erzählt werden müsste, was dringend gemacht werden müsste. Ich denke jetzt gerade so an Themen wie Diversität, Frauen, Vielfalt, Gender. Aber da ist nichts, soweit ich weiß, institutionalisiert. Sondern das ist dann mehr oder weniger zufällig. Früher hatte man den Eindruck, dass sobald »Der Spiegel« einen Titel hatte, ein gesellschaftlich relevantes Thema, es zwei Jahre später einen Fernsehfilm dazu gab, ein Drama. Oder es wurde dann in drei oder vier Tatorten oder Krimis behandelt. Das betrifft nicht nur den fiktionalen Bereich, sondern auch die Dokumentarfilm-Schaffenden oder auch Reportage-Reihen. Wäre es nicht schön, wenn es irgendwie so etwas gäbe wie einen wirklich ungezwungenen Gipfel, wo sich Kreative austauschen, mal auch mit der Redaktions-Ebene über Themen und Formate, die man machen könnte? Es könnte einmal im Jahr ein großes Treffen geben, bitte nicht immer am Rande eines Filmfestivals, auf denen alles gehetzt

ist, sondern wo es wirklich um die Sache geht, wo vielleicht auch Rundfunkräte dabei sein können, wenn sie wollen. Man müsste das natürlich in Arbeitsgruppen aufteilen und darüber reden: Was müsste demnächst im ö/r Rundfunk, im Fiktionalen wie auch im Dokumentarischen einfach mal aufgegriffen werden an gesellschaftlichen Tendenzen? Was müsste erzählt werden, dass da ein breiterer Austausch entsteht?

Sollte der ö/r Rundfunk das Publikum konsultieren? Wenn ja, wie?

James Fishkin

Die zentrale Frage lautet: Sollten öffentliche Konsultationen bei Entscheidungen über die Zukunft des ö/r Rundfunks eine Rolle spielen? Ich frage nicht nach spezifischen Programmentscheidungen, sondern nach allgemeinen Zielen und Prioritäten. Einerseits könnte man argumentieren, dass solche Entscheidungen allein das professionelle Management betreffen und es dem Publikum an entsprechender Expertise mangelt. Andererseits nutzt der ö/r Rundfunk öffentliche Ressourcen und daher sollten die Rundfunkanstalten die Möglichkeit haben, regelmäßig Input von denjenigen zu erhalten, denen sie dienen. Der Bedarf an öffentlicher Beteiligung ist besonders groß, wenn weitreichende Entscheidungen bevorstehen.

Natürlich erhalten die Rundfunkanstalten bereits Input von den Zuschauer*innen, nämlich in Form von Bewertungen der Programmauswahl. Doch bei diesem Input geht es nicht um allgemeine Richtlinien und Schwerpunkte des Netzwerks, sondern lediglich um die Einschaltquote eines Programms, das aufgrund seines Unterhaltungs- oder Nachrichtenwerts gewählt wurde. In dieser Funktion konkurrieren die ö/r Rundfunkanstalten mit den kommerziellen darum, wie sich mit bestimmten Programmen eine Zielgruppe erreichen lässt. Aber die ö/r Rundfunkanstalten haben möglicherweise weiterreichende Verantwortlichkeiten als jene, ein Publikum zu gewinnen. Worin besteht ihr Auftrag und ihre Funktion? Regelmäßige und ernsthafte öffentliche Konsultationen würden Aufschluss über diese Prioritäten geben.

Die Herausforderung der öffentlichen Konsultation

Wie würde eine *ernsthafte* Form der öffentlichen Konsultation aussehen? Die Antwort ist nicht so offensichtlich, denn alle offensichtlichen Antworten haben ihre Grenzen. Eine Rundfunkanstalt könnte offene Meetings abhalten, jedoch würden diese nur Personen anziehen, die das größte Interesse haben oder persönliche Interessen verfolgen sowie eventuell Lobbyisten. Jedenfalls wären die Teilnehmer*innen mit Sicherheit nicht repräsentativ für die breite Öffentlichkeit. Weiterhin könnten

die Rundfunkanstalten Fokusgruppen einberufen, jedoch sind diese zu klein, um repräsentativ zu sein. Sie könnten online um selbstgewählten Input bitten, jedoch käme dieser Input größtenteils von denjenigen, die sich am stärksten fühlen, Gruppen mit ausgeprägten Interessen und speziellen Sichtweisen. Schließlich könnten sie konventionelle öffentliche Meinungsumfragen durchführen. Sind diese gut gemacht, könnten sie durchaus die Öffentlichkeit repräsentieren, nicht jedoch eine informierte Meinung abbilden.

Warum ist das ein Problem? Die meisten Menschen haben größtenteils weder die Gelegenheit noch das Interesse, Meinungen zu komplexen öffentlichen Themen zu entwickeln. Warum sollten sie auch? Sie unterliegen häufig dem, was Sozialwissenschaftler*innen als rationale Ignoranz bezeichnen. Die Öffentlichkeit wird bei den meisten komplexen Fragen in Umfragen lediglich mit einem Eindruck von Kurzmeldungen und Schlagzeilen antworten. Wenn das Thema komplex oder unklar genug ist, neigen sie dazu zu antworten, selbst wenn sie überhaupt keine Meinung dazu haben. In der öffentlichen Meinungsforschung ist allgemein anerkannt, dass einige Antworten dem entsprechen, was der verstorbene Phil Converse von der University of Michigan »non-attitudes« oder »Phantommeinungen« genannt hat. Als die Teilnehmer*innen einer amerikanischen Umfrage nach ihrer Einstellung zum »Public Affairs Act 1975« gefragt wurden, beantworteten sie die Frage, obwohl das Gesetz erfunden war. Es gab kein solches Gesetz, zu dem sie sich eine Meinung hätten bilden können. Die *Washington Post* feierte das 20. Nicht-Jubiläum dieses berühmten, aber nicht existierenden Gesetzes, indem sie die Öffentlichkeit (mit ähnlichen Ergebnissen)nach dessen Abschaffung befragte (vgl. Fishkin: 2018).

Lösungsvorschlag

Wie sähe eine ernsthafte Form der öffentlichen Konsultation aus? Basierend auf unserer jahrzehntelangen Arbeit am Deliberative Polling® und anderen deliberativen Methoden, sind wir der Meinung, dass öffentliche Konsultation drei Kriterien erfüllen sollte: Sie sollte repräsentativ, sorgfältig und informiert sein. Die befragten Personen sollten sowohl hinsichtlich demografischer Faktoren als auch hinsichtlich ihrer Einstellungen die breite Bevölkerung repräsentieren; sie sollten die Möglichkeit haben, sich eingehend mit den gestellten Fragen auseinanderzusetzen und sie sollten über Instrumente verfügen, mit deren Hilfe sie sich besser informieren können, um die Fragen zu beantworten. Das Verfahren der öffentlichen Konsultation sollte ein Gesamtbild davon vermitteln, welche politischen Maßnahmen und Veränderungen die Öffentlichkeit unterstützen würde, wenn sie sich wirklich auf eine sinnvolle Weise mit den Themen auseinandersetzen würde. Stratifizierte Zufallsauswahl mit einer Stichprobe, die groß genug ist, um statistisch aussagekräftig zu sein, stellt die etablierte Methode zur Repräsentation einer Bevölkerung dar. Unter der Vorausset-

zung, dass die Stichprobe zu Beginn die Öffentlichkeit repräsentiert, werden auch die letztendlichen Schlussfolgerungen das abbilden, was die gesamte Öffentlichkeit denken würde, wenn sie sich an einem solchen Verfahren der intensiven Auseinandersetzung mit den Themen beteiligen würde. Anhand dieser Überlegungen haben wir z.B. für das Projekt *America in One Room* eine repräsentative nationale Stichprobe aus 500 Personen erstellt, die für ein langes Wochenende der Beratungen einberufen wurde.[1]

Eine weitere praktische Anforderung besteht darin, die gesammelten Meinungen von den sozialen Zwängen, die auf eine Einigung oder das Mitlaufen mit der Masse abzielen, abzuschirmen. Damit die individuellen Meinungen sowohl vor als auch nach dem Beratungsprozess aussagekräftig sind, sollten sie in vertraulichen Fragebögen statt eines geteilten Konsensdokuments erfasst werden. Falls ein Konsens besteht, wird er in den Daten ersichtlich sein. Falls nicht, würde der Versuch ihn zu erzwingen nur den Prozess verzerren. Insofern unterscheidet sich dieses Verfahren von Bürger*innenversammlungen, die einen Konsensbericht liefern und in der Regel viel kleinere Stichproben aufweisen, die sich über einen Zeitraum von sechs Monaten oder einem Jahr treffen. Deliberative Polls® dagegen können nach angemessener Vorbereitung an einem Wochenende durchgeführt werden und erzeugen in der Regel große und bedeutsame Veränderungen der Meinungen sowie der dahinterliegenden Gründe für diese Meinungen. Diese Veränderungen reichen in der Regel insgesamt aus, um Empfehlungen auf einer wissenschaftlichen Basis, sowohl hinsichtlich der wesentlichen Meinungsveränderungen als auch der Repräsentativität der Ergebnisse, zu geben.

Daher baut die von mir empfohlene Lösung, Deliberative Polling®, auf konventionellen Umfragen auf, indem sie ein repräsentatives Sample erstellt, die sich unter guten Bedingungen vertiefend mit Fragen auseinanderetzt. Zu diesen Bedingungen gehören geprüfte und ausgewogene Briefing-Materialien (mit Input und Zustimmung eines ausgewogenen Beratungskomitees), moderierte Kleingruppendiskussionen sowie Plenarsitzungen, in denen Fragen aus den Kleingruppen von Expert*innen oder Entscheidungsträger*innen aus verschiedenen Blickwinkeln beantwortet werden. Es sollte eine Agenda der vorgeschlagenen Reformvorschläge geben, mit Materialien, die Pro- und Contra-Argumente enthalten, welche es zu berücksichtigen gilt, bevor die Öffentlichkeit zu einem informierten Urteil kommt.

Deliberative Polling® mit repräsentativen Samples kann nützlichen Input für politische Maßnahmen und den öffentlichen Dialog liefern. Deliberative Polls spielten eine bedeutende Rolle dabei, die Windenergie in Texas einzuführen, die Desegregation der ausschließlich Roma zugänglichen Schulen in Bulgarien voranzutreiben, die Bildung und Gesundheitsversorgung für Frauen in ländlichen Teilen Ugan-

1 Siehe https://deliberation.stanford.edu/news/america-one-room (aktuell zuletzt am 30.07.2023)

das zu verbessern, die japanische Regierung bei der Rentenreform sowie bei nationalen energiepolitischen Entscheidungen (nach der Fukushima-Katastrophe) zu unterstützen, der südkoreanischen Regierung bei der Entscheidung zu helfen, ob der Bau von zwei Atomkraftwerken fortgesetzt werden sollte oder nicht, sowie dabei, eine Verfassungsänderung in der Mongolei zu formulieren und zu verabschieden (nach dem neuen »Law on Deliberative Polling« des Landes). Dies sind nur einige der rund 120 Projekte, die weltweit mit diesem Verfahren durchgeführt wurden.[2]

Die Stanford Online Deliberation Platform

Mithilfe neuer Technologie ist das Deliberative Polling®-Verfahren kosteneffektiver geworden. Als *Channel Four* in Großbritannien im Jahr 1994 den ersten Deliberative Poll gefördert hat (zum Thema Kriminalität und was dagegen zu tun ist), war es nötig, alle Teilnehmer*innen aus dem ganzen Land in ein Fernsehstudio zu bringen. Mittlerweile werden viele der Deliberativen Polls online durchgeführt, wobei sich mit der Stanford Online Deliberation Platform die Kosten für Transport, Unterbringung und Verpflegung einsparen lässt. Diese Technologie ist in der Lage, Tausende von Teilnehmer*innen in kleinen Gruppendiskussionen zu moderieren (zehn pro Gruppe, zufällig zugeteilt). Sie steuert die Warteschlange für die Teilnahme an den videobasierten Diskussionen, lädt diejenigen, die noch nicht gesprochen haben, zur Beteiligung ein, interveniert bei unangebrachtem Sprachgebrauch und leitet die Teilnehmer*innen zur Formulierung der Schlüsselfragen der Gruppe, die den konkurrierenden Expert*innen dann in den gemeinsam (online) abgehaltenen Plenarsitzungen gestellt werden sollen. Die Plattform wurde bereits in mehr als 30 Sprachen angewendet und ist von den Teilnehmer*innen durchweg ebenso positiv bewertet worden wie die bestgeschulten menschlichen Moderatoren, die in Face-to-Face-Projekten eingesetzt werden. Die überwiegende Mehrheit der Teilnehmer*innen empfand die Diskussionen als relativ ausgewogen, den Prozess insgesamt als wertvoll und nicht voreingenommen und war der Ansicht, dass alle Aspekte der Themen abgedeckt wurden. Für den Rundfunk hat ein Face-to-Face-Verfahren Vorteile, aber für bedeutende Fragen bietet die Online-Version aussagekräftige und kostengünstige Ergebnisse. Auch ein hybrider Ansatz ist möglich, bei dem die Beratungen online stattfinden und dann eine Teilstichprobe persönlich vor Ort zusammengebracht wird, um die Diskussionen zu Rundfunkzwecken fortzusetzen.

---

2 Diese und weitere Fälle weltweit sind auf der Website des Standford Delberative Democracy Lab zu finden: http://deliberation.stanford.edu (aktuell zuletzt am 30.06.2023)

Worüber sollte beraten werden?

Für welche Frage ist diese Art der öffentlichen Konsultation geeignet? Die Öffentlichkeit ist kein Ersatz für Expert*innen und sollte diese Rolle auch nicht anstreben. Allerdings können öffentliche Beratungen, wenn sie ordnungsgemäß durchgeführt werden, die Gründe für die öffentliche Zustimmung bestimmter politischer Maßnahmen sowie Gründe für die öffentlichen Ablehnung anderer aufzeigen.

Die Beratungen drehen sich am besten um Abwägungen konkurrierender, wertegeladener Ziele. Der ö/r Rundfunk ist eine Art öffentliche Institution, die einen Gesellschaftsvertrag mit seinen Zuschauern aufrechterhalten muss. Die Beratung mit repräsentativen Stichproben kann aus der Öffentlichkeit gut durchdachte, repräsentative und informierte Hinweise liefern, wie dieser Gesellschaftsvertrag verändert werden könnte.

Wie soll der öffentliche Rundfunk in Zukunft finanziert werden? Wer soll dafür zahlen? Wie sollte er geregelt werden? Wie lautet sein Auftrag? Auf welche Weise sollte er sich vom kommerziellen Rundfunk unterscheiden? Hat er zusätzliche Verpflichtungen? Dies sind wertegeladene Fragen, die umstrittene Abwägungen beinhalten sowie damit verbundene empirische Fragen, wie diese Werte in der Praxis umgesetzt werden können. Expert*innen können diese Fragen nicht ohne öffentliche Konsultationen entscheiden, da sie Werturteile der Öffentlichkeit erfordern. Aber sollten sie sich von Werturteilen einiger Weniger oder nur der Aktivsten oder von einer wissenschaftlichen Stichprobe, die die gesamte Öffentlichkeit repräsentiert, leiten lassen? Und wenn man eine wissenschaftliche Stichprobe nimmt, möchte man sie dann konsultieren, wenn sie nur ihren Eindruck von Kurzmeldungen und Schlagzeilen wiedergibt, oder wenn sie wirklich über die schwierigen Entscheidungen nachdenkt, denen wir uns stellen müssen? Wenn die politischen Entscheidungsträger Letzteres wollen, sollten sie eine Beratung mit wissenschaftlichen Stichproben in Betracht ziehen, die die hier genannten Kriterien erfüllt.

Professor James Fishkin (Ph.D.), Stanford University, ist Leiter des Stanford Deliberative Democracy Lab und hat öffentliche Befragungen mit Deliberative Polling® in 120 Projekten in Ländern auf der ganzen Welt durchgeführt.

Literatur und Verweise

Fishkin, James (2018): Democracy. When the People Are Thinking: Revitalizing Our Politics Through Public Deliberation. Oxford. Oxfod University Press. http://deliberation.stanford.edu (aktuell zuletzt am 30.07.2023)

Beteiligung von Bürger*innen ist mehr als Unterrichtung

Die Dialogformate zum ö/r Rundfunk aus Sicht der Partizipationsforschung

Detlef Sack & Nora Freier

Einleitung

Unsere nachfolgenden Überlegungen sind veranlasst durch die Legitimationskrise des ö/r Rundfunk. Diese setzt sich aus zwei miteinander verschränkten »Strömen« zusammen. Der evolutionäre Strom setzt sich etwa aus veränderten medialen Bedarfen, Nutzungsstilen und Symbolen, aus bürokratischen Eigenlogiken im ö/r Rundfunk wie auch Verhaltensangeboten eines mediengetriebenen Akkumulationsregimes zusammen. Der zweite Strom ist derjenige der intentionalen Politik: (Rechts-)populistische Parteien, Interessensgruppen und konkurrierende Medien stellen die bisherigen Regulierungen und Finanzströme des ö/r Rundfunk in Frage, um ihre eigenen Interessen zu befördern. Elitennetzwerke im ö/r Rundfunk nutzen mikropolitische (Macht-)Praktiken, um sich selbst zu bereichern. Beide Ströme sind analytisch zu unterscheiden, verschränken sich aber in der öffentlichen Wahrnehmung des ö/r Rundfunk und nicht zuletzt seiner gesellschaftlichen Akzeptanz. Sie münden in Reformbedarfe und Reformpolitik. Und wie immer: Wo Reform draufsteht, ist politischer Konflikt mit Gewinner*innen und Verlierer*innen drin. Im Kontext dieser Reformbestrebungen ist unser Thema die gesellschaftliche Beteiligung an der Programmgestaltung, genauer: Aus der Perspektive der Partizipationsforschung diskutieren wir die Angemessenheit verschiedener Informations-, Dialog- und Deliberationsformate, die in den letzten zehn Jahren durchgeführt wurden. Sind es gute Beteiligungsformate? Was leisten sie (nicht)?

Auf eine Darstellung der vielfältigen Aspekte der Legitimationskrise des ö/r Rundfunk verzichten wir nachfolgend, weil wir sie als bekannt voraussetzen. Wir verzichten *nicht* auf eine Darstellung der grundsätzlichen demokratischen Mitbestimmung im ö/r Rundfunk durch »gruppenplurale« Rundfunkräte und ihre Defizite. Wir stellen anschließend zentrale Kriterien der Beteiligungsforschung vor, die wir nachfolgend auf die Beteiligungsformate im ö/r Rundfunk anlegen.

Abschließend schlagen wir zwei institutionelle Varianten für eine dauerhafte gesellschaftliche Öffnung vor.

Rundfunkräte und gesellschaftliche Repräsentation

Auf den ersten Blick erscheint es kurios, »neue« Beteiligungsformate aufzusetzen. Im ö/r Rundfunk erfolgt (wie in anderen gesellschaftlichen Teilbereichen auch) eine funktionale Selbstverwaltung, in der die Repräsentation und Beteiligung der betroffen gesellschaftlichen Gruppen institutionalisiert ist. Die Rundfunkräte (inkl. ZDF-Fernsehrat, Hörfunkrat des Deutschlandradios) haben die Funktion, die Einhaltung des gesetzlichen Sendeauftrages zu überwachen, vor allem aber die Offenheit der Sendeanstalten gegenüber den vielfältigen gesellschaftlichen Bedarfen und Anliegen zu gewährleisten. Dies wird durch eine gruppenpluralistische Zusammensetzung gewährleistet, d.h. durch Verbandsvertreter*innen unterschiedlicher sozialer Gruppen. Dies bringt zwei erkennbare Defizite mit sich: So ist die Staatsferne nicht immer gesichert und gesellschaftlich »neue« bzw. neu artikulierte Anliegen, etwa der Queer Community oder von PoC, werden nicht oder nur deutlich verspätet in den Gremien repräsentiert (Goldmann 2022). Aus guten Gründen (Bürger*innen sind gesetzlich verpflichtet, den ö/r Rundfunk zu finanzieren) wird bei Programminhalten und -formaten ein umfassender gesellschaftlicher Repräsentationsanspruch erhoben, der aber durch gruppenpluralistische Rundfunkräte nicht oder nur teilweise eingelöst werden kann. Zumindest ist im letzten Jahrzehnt erkennbar der Eindruck entstanden, dass es weiterer Formate gesellschaftlicher Öffnung und der Anbindung an soziopolitische Bedarfe und sozio-kulturelle Vorstellungen und Erwartungshaltungen braucht.

Bewertungskriterien deliberativer Beteiligungsformate

Um Beteiligungsformate danach zu bewerten, ob sie substantiell Bürger*innen mit ihren vielfältigen Perspektiven an gesellschaftlicher Gestaltung teilhaben lassen, haben sich mittlerweile einige Evaluationskriterien etabliert (Freier et al. 2023). Die Auswahl und Repräsentation heterogener Bevölkerungsgruppen ist voraussetzungsvoll. Bei offenen Dialogverfahren und Selbstrekrutierung melden sich die »üblichen Verdächtigen« mit mittleren und hohen Graden an Einkommen, formaler Bildung, rhetorischem Geschick, kulturellem Kapital. Dies lässt sich durch aufsuchende Ansprache, die sich an statistischen Merkmalen von Bevölkerungsgruppen, an Multiperspektivität bzw. der Annahme von Betroffenheit orientiert, eindämmen. State of the art sind Losverfahren, die mit einer Zufallsauswahl den Weg für eine inklusive Beteiligung ebnen. Die aktive Auswahl und Einladung an

gesellschaftlichen Gestaltungsprozessen teilzuhaben, ist aber alleine kein Allheilmittel. Die Praktikabilität einer solchen Teilhabe geht oft für bestimmte soziale wie etwa prekäre Milieus nicht konform: Fehlende Bildung erschwert den Zugang durch fehlendes Wissen – sei es inhaltlich oder formal; fehlendes Einkommen verringert die Mobilitätsmöglichkeiten oder Zeitkontingente, die notwendig sind, um an Gestaltungsprozessen teilhaben zu können. Dazu kommt oft fehlendes politisches Vertrauen, was sich nicht zuletzt in der eigens wahrgenommenen Selbstwirksamkeit ausdrückt. Auch diese faktischen Barrieren von Beteiligung gilt es – wenn Repräsentation und Multiperspektivität Ziel sind – abzubauen. Sie erfordern Wege aufsuchender Beteiligung (vgl. Liesenberg & Strothmann 2022), eine barrierefreie Prozessgestaltung und vielfältige Anreizmechanismen (Aufwandsentschädigung, Angebote für Betreuungen u.ä.). Partizipationsformate gehören professionell durchgeführt. Prozessgestaltung und -management haben bestimmten Standards zu genügen. Diese sollen die (gleich verteilte) Meinungsäußerung, Sprechfähigkeit und Argumentationskapazität befördern, und durch Information, Expertise und Argumentation nicht nur die Bürger*innen über komplexe Sachverhalte aufklären, sondern zur Produktion von neuem Wissen (Themen, Inhalten, Medienformaten) beitragen.

Der Sinn von Beteiligungs- und Deliberationsformaten ist weder das Schaffen von Akzeptanz oder das Aufsaugen gesellschaftlichen Wissens durch die Institutionen, sondern die Förderung von Selbstwirksamkeit von Bürger*innen in unterschiedlichen sozialen Milieus durch tatsächlichen beratenden Einbezug. Sie sollen die Möglichkeit erhalten, ihre Sichtweisen, ihre Anliegen und ihre Interessen zu artikulieren, gehört zu werden und dabei mit anderen zu lernen und weitere Kompetenzen zu erwerben. Politische Selbstwirksamkeit und das Gefühl, etwas ausrichten zu können, ist aber daran gekoppelt, dass die Ergebnisse der Beratungen auch eine tatsächliche Resonanz erfahren. Folgenlose Partizipation kann »gruppentherapeutischen Charakter« haben (Arnstein 1969), mündet aber bald in politische Frustration.

Analyse einiger ö/r Beteiligungsformate

Beim Durchgang durch die Informations-, Dialog- und Deliberationsformate, mit denen sich die Sendeanstalten gegenüber den Bürger*innen öffnen, beginnen wir mit zwei recht einfach gestrickten Formaten. Der WDR Check 2013–2015 ist ein Format der Unterrichtung, Information und unilateralen Responsivität, das heißt, die Bürger*innen fragen und der Intendant antwortet (und macht bestenfalls rhetorische Zugeständnisse).[1] Atemberaubend entlarvend ist folgende »Dialog«-Struktur.

1 https://www1.wdr.de/archiv/wdr-check/index.html (aktuell zuletzt am 01.05.2023)

Auf den Beitrag »Ich habe den Eindruck, dass immer mehr xxx gesendet wird« antwortet der Intendant »Der Eindruck täuscht« und gibt einige Statistiken zum Besten.[2] Gutwillig interpretiert lässt sich diese Frage-Antwort-Konstellation als Belehrung oder Unterrichtung einordnen. Was es nicht ist: Dialog, Teilhabe und Resonanz.

Im Zeitraum vom 19.11.2021-14.01.2022 fand eine Online-Beteiligung zur Reform des ö/r Rundfunks statt. Diese wurde von der Landesregierung Rheinland-Pfalz organisiert. Verbände, Unternehmen und Personen aus der Medienwirtschaft, ö/r Rundfunkanstalten und Bürger*innen waren aufgerufen, Ideen und Vorschläge zur Reform des ö/r Rundfunks einzureichen.[3]

Von der AG Animationsfilm bis zum ZDF-Fernsehrat sind die Stellungnahmen dokumentiert. Es finden sich außerdem 722 Seiten (einzeilig) mit Eingaben von Bürger*innen. Was wir – etwa im Vergleich zu den Konsultationsverfahren der EU – nicht entdecken, ist a.) eine strukturierende Zusammenfassung von Stellungnahmen und Eingaben. Wer hat als Laie die Zeit, sich alle Stellungnahmen durchzulesen? Vor allem aber b) gibt es keine Information, *wie* und *welche* Konsultationsbeiträge in den Medienstaatsvertrag eingegangen sind. Der Umgang mit den Ergebnissen ebenso wie die Folgen der Konsultation sind nicht transparent. Bei dieser Online-Konsultation (wie auch beim WDR-Check) fand – soweit ersichtlich – ein Selbstrekrutieren der Bürger*innen statt. Diese hat bestimmte Repräsentationseffekte: Es melden sich vor allem diejenigen zu Wort, die ein mittleres bis hohe Einkommen haben, in gesicherter Beschäftigung leben, einen hohen formalen Bildungsgrad aufweisen und ein eher hohes politisches Interesse und Vertrauen haben. Es sind also diejenigen, die ohnehin bereits in Gesellschaft und Politik aktiver und kompetenter in der Artikulation und Durchsetzung ihrer Interessen sind (vgl. Schäfer, Schoen 2013, S. 95). Das hat auch das dritte, ambitionierte Format in transparenter Weise eingestanden, obwohl Bemühungen unternommen worden sind, den Kreis der Teilnehmenden zu erweitern. Vom 24.11.2020-14.03.2021 fand eine Online-Diskussion zur Zukunft des Fernsehens statt. Das Grimme-Institut hat gemeinsam mit der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) und dem Düsseldorfer Institut für Internet und Demokratie der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf (DIID) das Format »#meinfernsehen2021« organisiert.[4]

Im Vergleich zu den beiden vorgenannten Verfahren handelt es sich hier um ein gestuftes dialogisches Format, um gesellschaftliche Bedarfe und Bewertungen zu

---

2 https://www1.wdr.de/dossiers/wdr-check/wdrcheckfaq136.html (aktuell zuletzt am 01.05.2023)

3 https://rundfunkkommission.rlp.de/rundfunkkommission-der-laender/reform-ard-zdf-deutschlandradio/onlinebeteiligung-reform-oerr (aktuell zuletzt am 01.05.2023)

4 https://www.meinfernsehen2021.de/onlinebeteiligung/ziel-und-hintergrund/ (aktuell zuletzt am 01.05.2023)

ermitteln. Zunächst haben sich die Teilnehmenden zu den Themengebieten »Information«, »Unterhaltung« und »Zugang und Nutzung« anhand konkreter und strukturierender Leitfragen ausgetauscht. Eine zweite offene Diskussionsphase schloss sich an. Nach einer Verdichtung der Diskussionsbeitrage zu Kernaussagen (durch Expert*innen) fand eine Abstimmung statt.

Was sind die qualitativen Sprünge dieses Verfahrens aus der Perspektive der Partizipationsforschung? Bürger*innen sprechen über Medieninhalte und Strukturfragen des ö/r Rundfunk miteinander, sie reagieren aufeinander. Darin können sie lernen, ihre Positionen zu verändern oder aber auch sich argumentativ abzugrenzen. Dialog ist nicht immer harmonisch, ist eine Gelegenheit, Wert- und Interessenkonflikte auszutragen. Relevanzen werden von Bürger*innen ermittelt, nicht von Intendant*innen. Die vielfältigen Positionen der Bürger*innen werden typisiert und fokussiert. Es hat hier eine expert*innenseitige Unterstützung nach einem Bottom-up der Meinungsbildung gegeben. Abschließend erfolgt eine Abstimmung. Es gilt also weniger die lauteste oder redegewanteste Position, sondern auch die heimlich abgegebene Präferenz. Da die Rekrutierung der Teilnehmenden über die Verteiler der drei beteiligten Organisationen erfolgt, erhebt dieses Verfahren nicht den Anspruch, statistisch repräsentativ zu sein. Seine Geltung kann es nur durch die Aufnahme in Medienanstalten und Rundfunkräten gewinnen.

Mit dem Namen Tom Buhrow ist nicht nur der »WDR check« verbunden (s.o.), sondern in seine Zeit als Vorsitzender der ARD fällt der »ARD Zukunftsdialog« 2021 (31.05.-27.06.2021 für Beiträge und Kommentare geöffnet).[5] Vor der Online-Beteiligung fand eine themensuchende virtuelle Auftaktkonferenz von 139 gelosten Teilnehmer*innen und 35 ARD-Vertreter*innen statt. Der Prozess wurde durch Diskussionen in den ARD-Anstalten begleitet. Bei einer virtuellen Abschlusskonferenz wurden die Themen und zukünftigen Schwerpunkte von 91 Bürger*innen und 18 ARD-Vertreter*innen bewertet und gewichtet. Der partizipative Mehrwert dieses Verfahrens liegt darin, Teilnehmer*innnen zu losen. Losverfahren – so sagte Marina Weisbrand sinngemäß auf einer Tagung zur Zukunft ds ö/r Rundfunk am 27.02. in Berlin – beinhalten die Botschaft, »dass es auch mich selber hätte treffen können.«[6]

Im September 2022 kündigte das ZDF an, das erste bundesweite ö/r Publikums-Panel mit 50.000 bis 100.000 Menschen einzurichten, das regelmäßig zu Programmformaten und -inhalten befragt werden soll. In einem regelmäßigen Dialog und mit aktuellen Befragungen werde das ZDF diese prüfen und weiterentwickeln lassen. Kritisch lässt sich einwenden, dass Befragungen keinen Dialog

5 https://www.ard.de/die-ard/spezial/ARD-Zukunftsdialog-Bericht-2021-100.pdf (aktuell zuletzt am 01.05.2023)

6 https://medienpolitik.eu/neustart-oerr-wie-weiter-mit-unseren-medien/ (aktuell zuletzt am 30.06.2023)

darstellen.[7] Nun können wir – mangels Umsetzung – das Panel noch nicht bewerten. Kernpunkt einer Kritik könnte aber sein, dass die Möglichkeiten eines Panels unterschätzt werden (s.u.).

Fasst man die Bewertung der genannten Formate aus Sicht der Partizipationsforschung zusammen, dann lässt sich eine aufsteigende Linie zur Orientierung an Qualitätskriterien der Beteiligung identifizieren, nämlich einerseits von Formaten der Unterrichtung bis hin zu denjenigen der dialogischen Wissensproduktion und Abstimmung über wichtige Themen. Andererseits wird die Selbstrekrutierung der Teilnehmenden durch Losverfahren und damit durch das Zufallsprinzip ergänzt. Da wir die Beteiligungsformate nicht im Nachgang beforscht haben, ist für uns die Frage der Wirkung auf den ö/r Rundfunk und der Programminhalte und -formate nicht gut zu beantworten. Hier müssen Berufenere ran, die belegen können, dass es aufgrund der Beteiligungsformate zu maßgeblichen Veränderungen bei Programminhalten und -formaten anstatt zu einem Knicken, Lochen und Abheften gekommen ist.

Institutionelle Varianten – ein Fazit

Die Debatte um Beteiligungsformate im ö/r Rundfunk lässt sich durch zwei unterschiedlich gelagerte institutionelle Vorschläge bereichern, die aus der aktuellen internationalen Partizipationsforschung kommen. Das sog. »Ost-Belgien-Modell« basiert darauf, dass ein dauerhafter, einmal im Monat tagender Rat der Bürger*innen aus 24 gelosten Teilnehmenden etabliert wird (Bertelsmann 2023). Dieser Rat setzt Beratungsthemen und Fragestellungen fest. Diese Themen und Fragen werden wiederum von Bürger*innenversammlungen behandelt (25–50), bei dem die Beteiligten gelost und entsprechend bestimmter Kriterien gewichtet werden (Alter, Geschlecht, Bildung u.a.m.). Nach dreimonatiger Beratung gehen die themenspezifischen Empfehlungen an das Parlament. Die Befassung des Parlamentes mit den Empfehlungen wird nun wiederum vom dauerhaften Rat der Bürger*innen geprüft. Diese Model ließe sich in dem Sinne anpassen, dass Rundfunkräte themenspezifische Beratungen mit geloster Teilnehmerschaft beauftragen. Die jeweiligen Empfehlungen werden an die Sendeanstalten adressiert. Der Rundfunkrat hat das Monitoring. Entsprechend der Themen sind – nach Losung – Kriterien für eine statistische Repräsentation bzw. Multiperspektivität zu beachten. Eine Frage zur »Vielfalt in der Gesellschaft« ohne Personen z.B. mit Einwanderungsgeschichte oder Armutserfahrungen ist eine müßige Angelegenheit. Orientiert man sich hingegen an der Panel-Initiative des ZDF (also an Legitimität durch eine hohe Fallzahl), dann bietet

7 https://netzpolitik.org/2022/neues-aus-dem-fernsehrat-92-ein-panel-ist-noch-kein-dialog/ (aktuell zuletzt am 01.05.2023)

es sich an, an die Praxis des »Deliberative Poll« anzuschließen (vgl. Fishkin: 2018, siehe auch den Beitrag von Fishkin in diesem Band). Nach Umfragen im Panel zu bestimmten Themen können geloste, statistisch gewichtete Gruppen identifiziert werden, die in Präsenz oder online gemeinsam mit Expert*innen in eine informierten Beratung gebracht werden, die über mehrere Stufen laufen kann und mit Abstimmungen über Empfehlungen an die Sendeanstalt enden.

Knapp gesagt: Die institutionelle Kreativität und das Innovationspotenzial der (dauerhaft etablierten) Beteiligungsformate ist derzeit nicht ausgeschöpft. Gesellschaftliche Beteiligung läuft jedoch ins Leere, wenn Bürger*innen erfahren, dass ihre Empfehlungen ignoriert werden. Enttäuschung hat dann einen Namen: »Danke für nichts«. Es ist also die Aufgabe der Sendeanstalten, Rechenschaft abzulegen, was aus den Empfehlungen ihrer Beteiligungsformate geworden ist.

Prof. Dr. Detlef Sack ist Professor für Politikwissenschaft, insbesondere Demokratietheorie und Regierungssystemforschung an der Bergischen Universität Wuppertal.

Nora Freier M.A. ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Demokratie- und Partizipationsforschung an der Bergischen Universität Wuppertal.

Literatur und Verweise

Arnstein, Sherry R. (1969): A ladder of citizen participation. Journal of the American Institute of planners, 35(4), pp. 216–224.

Bertelsmann-Stiftung (2022): Shortcut 7 – Das Ostbelgien-Modell. Verfügbar unter: https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/unsere-projekte/demokratie-und-partizipation-in-europa/shortcut-archiv/shortcut-7-das-ostbelgien-modell (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Fishkin, James (2018): Democracy. When the People Are Thinking: Revitalizing Our Politics Through Public Deliberation. Oxford. Oxfod University Press

Freier, Nora, Mittendorf, Volker, Sack, Detlef (Hg.) (2023): Demokratieinnovationen, Repräsentation und Politikwandel. dms – der moderne staat, 14, 2023/1.

Goldmann, Fabian (2022): Welche Gesellschaft soll das abbilden? Mangelnde Vielfalt in Rundfunkräten und was dagegen hilft. hg. Von Neue Deutsche Medienmacher:innen, https://neuemedienmacher.de/aktuelles/beitrag/ndm-studie-rundfunkraete-pm (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Liesenberg, Katharina, Strothmann, Linus (2022): Wir holen Euch ab! Wie wir durch Bürgerräte und Zufallsauswahl echte Vielfalt in die Demokratie bringen. München: oekom.

Schäfer, Armin, Schoen, Harald (2013): Mehr Demokratie, aber nur für wenige? Der Zielkonflikt zwischen mehr Beteiligung und politischer Gleichheit in: Leviathan, Jahrgang 41 Heft 1, Seite 94–120.

Tieschky, Claudia (2023): »Ö/r Reform: Ist das Schlager oder kann das weg?« In: Süddeutsche Zeitung, 28. Februar 2023. Verfügbar unter: https://www.sueddeutsche.de/medien/neustart-brosda-vernau-oeffentlich-rechtliche-diskussion-1.5759964 (aktuell zuletzt am 30.07.2023)

Vielfalt in den Medien durch Teilhabe und Repräsentation sichtbar machen

Jonas Karpa

Unsere Gesellschaft ist vielfältig. Vielfältig in ihrem Geschlecht, ihrer Hautfarbe, ihrer Herkunft, ihrer sexuellen Orientierung, ihrem Alter, ihrer Klasse oder ob ihrer Behinderung. Diese Vielfalt wird uns selbst aber leider nicht immer bewusst. Sonderstrukturen, in sich geschlossene Systeme oder Sondereinrichtungen – bei Menschen mit Behinderung zum Beispiel Förderschulen, Wohnheime oder Werkstätten – sorgen dafür, dass nur wenig Begegnung mit Behinderung im Alltag stattfindet. Dort, wo Sichtbarkeit ansonsten auch noch stattfinden könnte, in den Medien, werden Menschen mit sogenannten Vielfaltsmerkmalen ebenso selten repräsentiert. Und wenn, dann sind die Geschichten nicht selten voller Klischees, die wiederum eher zu einem Gefühl von Fremdheit, statt zu einem gemeinsamen Miteinander führen.

Insbesondere Verbände und Initiativen von Betroffenen kritisieren schon lange, dass in Film und Fernsehen – und auch in anderen medialen Publikationen und Beiträgen – Vielfalt selten und selten klischee- und diskriminierungsfrei dargestellt wird.[1] Zu dieser Wahrnehmung gab es zwar einen Community übergreifenden Konsens, sie war aber sehr subjektiv und hatte, neben eigenen, persönlichen Erfahrungen keine Beweislast über strukturelle Missstände.

Umfrage »Vielfalt im Film« schafft Fakten

Um dieses Gefühl mit Fakten zu stützen, bildete sich 2018 unter dem Namen »Vielfalt im Film« ein Bündnis von unterschiedlichen Organisationen und Vereinen aus der Film-, Kultur- und Medienlandschaft, um eine Umfrage unter Filmschaffenden über Vielfalt und Diskriminierung durchzuführen. Das Berlin Asian Film Network, der Bundesverband Regie, Diversity Arts Culture, der Deutsche Blinden- und Sehbehindertenverband, die Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF, die Kinoblind-

1 https://www.queermediasociety.org/presse-links/ (aktuell zuletzt am 10.06.2023) oder: https://leidmedien.de/journalistische-tipps/negative-beispiele/ (aktuell zuletzt am 10.06.2023)

gänger gGmbH, Korientation, Label Noir, Langer Media Consulting, Leidmedien, Panthertainment, ProQuote Film, die Queer Media Society und die Schwarze Filmschaffende Community entwickelten zusammen mit Citizens For Europe über zwei Jahre lang einen Fragenkatalog, der schließlich den Mitgliedern des Netzwerks Crew United vorgelegt wurde. Über 6.000 Filmschaffende in ihren 440 Berufen nahmen an der intersektionalen Online-Umfrage teil, wodurch erstmals in Deutschland umfassende Daten zu ihren Erfahrungen vor und hinter der Kamera vorliegen. Die Ergebnisse der Umfrage deuten darauf hin, dass Diskriminierung die deutsche Filmbranche durchzieht und die Teilhabe von Filmschaffenden mit unterschiedlichen Vielfaltsbezügen einschränkt. Erkenntnisse waren unter anderem, dass:

- acht von zehn (81 %) der befragten Cis-Frauen angegeben haben, in den letzten zwei Jahren sexuelle Belästigung im Arbeitskontext erlebt zu haben. Ein Großteil von diesen sogar mehrfach (73 %).
- etwa vier von zehn teilnehmenden LSBTIAQ+ Filmschaffenden im Arbeitskontext nie bis nur manchmal offen mit ihrer sexuellen Orientierung (40 %) und/oder Geschlechtsidentität (34 %) umgehen. Auch aus Angst vor negativen Konsequenzen für ihre Karriere.
- die befragten Schwarzen und Filmschaffenden of Color in der Filmbranche seltener fest angestellt sind und insgesamt auch weniger verdienen.
- auch befragte Frauen seltener festangestellt sind als ihre männlichen Kollegen, das gilt vor allem für Frauen, die rassistisch benachteiligt sind.
- Filmschaffende mit Behinderung und/oder Beeinträchtigung deutlich unterrepräsentiert in der Filmbranche sind. Sie müssen mehr unentgeltliche Tage arbeiten.
- Mehr als drei von vier der befragten Filmschaffenden der Aussage zustimmen, dass u.a. folgende Gruppen klischeehaft dargestellt werden: Arabische Menschen (87 %), muslimische Menschen (83 %), Sinti*zze und Roma*nja (81 %), Menschen mit einem niedrigen sozialen Status (79 %), Schwarze Menschen (78 %) und asiatische Menschen (75 %).
- zwei von drei (70 %) der betroffenen Filmschaffenden ihre Diskriminierungserfahrung im Arbeitskontext nicht gemeldet haben. Mögliche Ursachen laut Betroffenen: Fehlende Konsequenzen oder die Diskriminierung hat nach einer Meldung erneut stattgefunden oder gar zugenommen.[2]

Erwähnenswert bei den Ergebnissen der Umfrage ist auch, dass die Perspektive bzw. das Vorkommen von Menschen mit Behinderung praktisch so gut wie nie vorkommt. Die Datenlage ist teilweise so gering, dass sich keine messbaren Ergebnisse

2 https://vielfaltimfilm.de/ergebnisse/ (aktuell zuletzt am 10.06.2023)

zeigen lassen. Ein Fakt, der die prinzipielle Wahrnehmung und Repräsentation von Behinderung in unserer Gesellschaft widerspiegelt.

Häufig wird, wenn von Diversity gesprochen wird, der Aspekt Behinderung vergessen. Es geht eher um Geschlecht, Hautfarbe oder Herkunft. Im Gegensatz zu dem Begriff der Inklusion: Obwohl es eigentlich ein soziologischer Begriff ist, der die Einbeziehung von Menschen in der Gesellschaft beschreibt, wird die Bezeichnung Inklusion fast zu einem monopolartig genutzten Wort, wenn es um Behinderung geht. Aber auch People of Color oder Menschen mit Migrationserfahrungen können in der Gesellschaft inkludiert werden. So entstehen dann in Unternehmen teilweise seltsam anmutende »Diversity & Inclusion« Abteilungen, die dennoch nicht alle Menschen mitdenken.

Beim Thema Behinderung scheint immer ein gewisser gedanklicher Mehraufwand mitzuschwingen, sich auch um Barrierefreiheit kümmern zu müssen. Für andere Communities braucht man eben keinen Aufzug, Leichte Sprache oder Dolmetscher*innen. Natürlich sind dies besondere Maßnahmen, aber sie sind noch lange kein Grund, einen Teil unserer Gesellschaft strukturell auszuschließen. Darüber hinaus wirkt bei Maßnahmen zur Barrierefreiheit auch der sogenannte »Curb Cut Effekt«. Er besagt, dass Vorkehrungen, die man eigentlich nur für eine kleine Zielgruppe umsetzt, dennoch allen zugute kommt. Wörtlich übersetzt: Abgesenkte Bordsteinkanten für Menschen, die im Rollstuhl unterwegs sind, helfen auch Personen, die einen Kinderwagen schieben oder einen Rollator benutzen.

Menschen mit Behinderung – eine Minderheit?

Wenn man an behinderte Menschen denkt, dann hat man vielleicht oft eine kleine Gruppe im Kopf, eine Minderheit. Eine Gruppe, die man in die Mehrheitsgesellschaft zu integrieren versucht, die aber häufig noch marginalisiert wird. Wirft man jedoch einen Blick auf die Zahlen, so wird man feststellen, dass es eventuell mehr Menschen mit Behinderung gibt als man geglaubt hat: Allein in Deutschland hat jeder zehnte Mensch eine Behinderung, knapp acht Millionen. In der EU sind es fast 40 Millionen und auf der ganzen Welt über eine Milliarde Menschen mit Behinderung. Zahlen, die verdeutlichen, dass es sich hier eben nicht um eine Randgruppe handelt, sondern um einen relevanten Anteil in unserer Gesellschaft – auch als Teil von Zielgruppe und Publikum. Und der Anteil kann sogar noch größer sein: Bei den statistischen Erhebungen werden eben nur Menschen mit einer amtlich bestätigten Schwerbehinderung, also mit einem Grad der Behinderung von 50 und mehr, gezählt. Die Dunkelziffer kann demnach weitaus höher liegen. Interessant ist ebenso, dass der Anteil von Menschen mit Behinderung in Deutschland, die ihre Behinderung seit der Geburt haben, bei nur 3,3 % liegt und, auch aufgrund der immer besser werdenden medizinischen Versorgung und der damit einhergehenden Pränataldia-

gnostik, weiter sinkt. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass der Großteil der Menschen ihre Behinderung im Laufe des Lebens erwirbt. Diese Tatsache soll aber nicht Ängste schüren, sondern soll vielmehr dafür sensibilisieren, sich grundsätzlich mit den Themen Inklusion und Barrierefreiheit auseinander zu setzen, da sie vielleicht früher oder später auch für einen selbst relevant werden könnten.

Klischeehafte Blicke auf Behinderung

Gerade weil das Thema Behinderung vielleicht in manchen Menschen Berührungsängste auslöst und man sich dadurch nicht viel damit auseinandersetzen möchte, gibt es immer noch Vorbehalte und wenig Begegnung im Alltag von behinderten und nicht-behinderten Menschen in unserer Gesellschaft. Das hält gängige Klischees und Vorbehalte aufrecht, die dann in den Medien reproduziert werden.

Einer der häufigsten klischeehaften Blicke auf Behinderung ist der medizinische Blick. Im Fokus liegen die Erkrankung, der Unfall, das wahrgenommene Defizit der Person. Man geht in diesem Blick von einer »gesunden Norm« aus und beleuchtet, was bei der behinderten Person nicht in Ordnung ist. Der Ursprung dieses Blickes liegt in der Entwicklung der Modelle von Behinderung. Früher war das medizinische Modell tonangebend, welches die medizinische Diagnose von Behinderung hervorhob. Heute ist das soziale Modell vorrangig. Es zeigt, dass ein Mensch nicht nur eine Behinderung hat, sondern auch behindert wird – zum Beispiel durch Barrieren oder in Form von Diskriminierung. Die UN-Behindertenrechtskonvention hebt das in ihrer Definition von Behinderung auch noch einmal klar hervor, indem sie sagt, dass »Behinderung aus der Wechselwirkung zwischen Menschen mit Beeinträchtigungen und einstellungs- und umweltbedingten Barrieren [entsteht] […], die sie an der vollen, wirksamen und gleichberechtigten Teilhabe an der Gesellschaft hindern.«

Der instrumentalisierende und ausschließende Blick ist ein weiteres Klischee. Die Behinderung ist so weit in den Fokus gerückt, dass sie einzig und allein eine Rolle spielt. Durch diesen Blick wird klar gemacht, dass die Unterschiede zwischen Menschen mit und ohne Behinderung groß sind und es keine gemeinsamen Punkte gibt. Der Blick ist wortwörtlich exkludierend. Auf der anderen Seite kann aber auch die Behinderung der Person als Token genutzt werden, wenn man als Menschen mit Behinderung eben nur dabei oder im Fokus ist, weil man eine Behinderung hat. Alles andere ist in diesem Moment irrelevant.

Zwei Blicke, die sich wie Gegenpole gegenüberstehen, aber dennoch beide Klischees bedienen, sind der bewundernde, staunende Blick und der mitleidige Blick. Die Bewunderung äußert sich oft dadurch, dass man davon redet, dass Menschen »trotz« ihrer Behinderung etwas machen, oder aber »tapfer« ihr »Schicksal« »meistern«. Viele Dinge werden behinderten Menschen augenscheinlich nicht zugetraut

und sie werden als »Helden« dargestellt. Der mitleidige Blick steht dem gegenüber: dass behinderte Menschen an ihrer Behinderung »leiden« ist hier eine der gängigen Floskeln. Sie geraten in eine Opferrolle, der man es durchaus zutraut, dass sie suizidale Gedanken hat, dass das Leben mit einer Behinderung so anstrengend, schwer und/oder ernüchternd ist.

Vielfalt in der Filmbranche schaffen

Wie aber können diese Klischees abgebaut werden und wie kann die Filmbranche vor und hinter der Kamera vielfältiger werden?

Das Themenfeld ist komplex. Neben der Produktion an sich geht es auch um die zur Verfügung stehenden Ressourcen und die Bereitstellung des fertigen Produktes. Gerade wenn es um die Umsetzung von mehr Vielfalt im Film geht, heißt es häufig aus den unterschiedlichsten Gewerken »Ja, wir würden ja gerne, aber…«. Die Produktion sagt, dass es keine Menschen mit Behinderung gibt, die den Job ausüben könnten, Schauspielschulen beschweren sich, dass sich niemand bewirbt, und die Verwertung bemängelt, dass es kaum eine Zielgruppe für vielfältige Themen gibt. Alle zeigen mit dem Finger auf andere, ohne zu realisieren, dass eine Veränderung im eigenen Arbeitsumfeld positive Auswirkungen auf die gesamte Branche haben kann. Wichtig ist nur, anzufangen.

Zugänge zu Ausbildungsstätten

Ein erstes Nadelöhr, das vielfältige Rollen und vielfältige Geschichten in der Filmbranche verhindert, sind die fehlenden Zugänge zu Ausbildungsplätzen. Schauspielschulen und Filmhochschulen müssen auch hinterfragen, nach welchen Kriterien sie Schüler*innen und Student*innen auswählen und ausbilden. Insbesondere Menschen mit Behinderung haben es schwer, da sie von Anfang an vom Bildungssystem aussortiert und in Sondereinrichtungen untergebracht werden. Die Chance, auf einer Regelschule ihr Abitur oder einen vergleichbar guten Schulabschluss zu machen, besteht viel zu selten. Wenn dies aber die gängigen Aufnahmekriterien bleiben, besteht nicht die Möglichkeit, gut qualifizierte Filmschaffende vor und hinter der Kamera einzustellen. Das Argument, dass man ja sehr gerne vielfältig Besetzen oder Einstellen würde, es aber überhaupt keine geeigneten Bewerber*innen gäbe, würde dadurch vollends entkräftet werden. Natürlich gibt es auch Filmschaffende mit Behinderung, die in unterschiedlichsten Gewerken tätig sind. Nicht selten sind sie aber, besonders im Bereich der Schauspielerei und darstellenden Kunst, Beschäftigte von Werkstätten für behinderte Menschen. Sie haben zwar die Möglichkeit, ihrer Wunschtätigkeit nachzugehen und Teil

eines Ensembles zu sein, bekommen aber längst nicht den gleich Lohn wie ihre nicht-behinderten Kolleg*innen. Aktuell verdienen Menschen mit Behinderung in Werkstätten ungefähr 1,35 Euro die Stunde, was weit unter dem Mindestlohn liegt. Außerdem gibt es kaum eine Möglichkeit, dieses in sich geschlossene Sondersystem zu verlassen. Die Aufgabe von Werkstätten für behinderte Menschen ist es eigentlich, sie auf den allgemeinen Arbeitsmarkt vorzubereiten. Die aktuelle Durchlassquote liegt aber bei unter einem Prozent. Ein Problem, das nicht von der Filmbranche alleine zu lösen ist, aber welches man bedenken sollte, wenn man auf der Suche nach vielfältigem Personal ist.

Neben den selbst auferlegten Richtlinien zur Aufnahme an Schauspiel- und Filmhochschulen spielt natürlich auch die Barrierefreiheit eine Rolle. Ist das Gebäude rollstuhlgerecht zugänglich und gibt es eine Möglichkeit, dass sich auch blinde oder sehbehinderte Menschen dort orientieren können, sind wohl die naheliegendsten Voraussetzungen. Ebenso ist aber auch die Barrierefreiheit in der Vermittlung ein wichtiges Thema: Gibt es die Möglichkeit, dass die Inhalte für gehörlose Menschen in Gebärdensprache übersetzt werden? Sind Angebote in Leichter oder Einfacher Sprache verfügbar, so dass auch Menschen mit Lernschwierigkeiten teilnehmen können? Oder auch jene, deren Muttersprache nicht deutsch ist? Wenn diese Chancen auf Zugänge gegeben werden, dann können daraus neue, auch inhaltliche, Perspektiven entstehen, die der gesamten Filmbranche zu Gute kommen würden.

Vielfältiges Storytelling

Menschen mit Behinderung würden ganz neue Facetten im Storytelling mitbringen. Als Expert*innen in eigener Sache würden sie selbst authentische Geschichten erzählen können und hätten die Chance, auf etwaige Klischees und Diskriminierung einzuwirken. Wenn Behinderung im Film stattfindet, dann wird sie fast immer instrumentalisiert. Es gibt kaum einen Film, in dem eine Figur mit Behinderung vorkommt, ohne dass es thematisiert, also offensiv darauf hingewiesen wird. Man hat manchmal das Gefühl, als würden Produzent*innen und Autor*innen Angst haben Zuschauer*innen könnten denken: »Die Person hat eine Behinderung – was werden sie sich beim Casting dabei gedacht haben? Das wird ja wohl wichtig sein«. Ein Nebenher findet nicht statt. Stattdessen gibt es klassische Opfer- oder Held*innen-Plots: Egal ob die inspirierenden Geschichten von »Forrest Gump« (1994), »Rain Man« (1988) oder der Opferrolle in »Ein ganzes halbes Jahr« (2016), in dem der Hauptcharakter aufgrund seiner Behinderung nicht mehr leben möchte. Auch der medizinische Blick wird oft in Filmen verwendet. So dreht es sich in dem Film »24 Wochen« (2016) um ein Paar, das sich damit befasst, ihr Kind mit Behinderung abtreiben zu lassen. Durch mehr Vielfalt – eben auch hinter

der Kamera – könnten neue Geschichten bei der Stoffentwicklung entstehen, die gängige Klischees und Stereotype vermeiden und gleichzeitig durch authentische Repräsentanz ein größeres Zielpublikum erreichen.

Das die meisten Filme eben in ihrer Geschichte und in den unterschiedlichen Rollen (noch) nicht vielfältig sind, kann man über verschiedene »Schnelltests« herausfinden:

Der *Bechdel-Wallace-Test* fragt zum Beispiel, ob ein Film, eine Serie oder ein Roman mindestens zwei weibliche Charaktere zeigt, die einen Namen haben und miteinander sprechen – und zwar über etwas anderes als einen Mann. Viele Filme bestehen diesen Test nicht, darunter zum Beispiel auch die über zehnstündige Trilogie von »Herr der Ringe«. Dieser Test bleibt aber sehr oberflächlich und bewertet nicht weiter aufkommende Diskriminierung oder Sexismus in den Dialogen.[3]

Etwas weiter geht hier der *Mako-Mori-Test* der den Bechdel-Wallace-Test erweitert. Er wurde nach einem Charakter des Science Fiction Film »Pacific Rim« benannt. Der Film fällt beim Bechdel-Wallace-Test zwar durch, zeigt aber mit der Heldin Mako Mori einen starken, emanzipierten Charakter mit asiatischen Wurzeln. Unüblich für die meist weiße und männliche Hollywood-Welt. Der Mako-Mori-Test beleuchtet deshalb nicht nur die Interaktion der weiblichen Charaktere, sondern legt Wert auf die Entwicklungskurve von mindestens einem weiblichen Charakter innerhalb des Films. Dabei soll die weibliche Figur sich eigenständig entwickeln und nicht als Beiwerk einer männlichen Hauptgeschichte dienen.[4]

Der *Kent-Test* eröffnet als erster Test in dieser Reihe den intersektionalen Bereich. Er beschäftigt sich mit der Darstellung und Repräsentation von weiblichen Charakteren of Color. Dieser Test aus dem Jahr 2018 ist weitaus detaillierter als die anderen Tests und funktioniert nach einem Punktesystem: Je mehr der vorgegebenen Kategorien erfüllt sind, zum Beispiel ob der Charakter seine eigene Storyline hat, ob der Charakter mit anderen Frauen of Color interagiert oder ob der Charakter keine der üblichen Stereotype widerspiegelt, umso mehr Punkte werden vergeben. Der Fokus bei diesem Test liegt aber ausschließlich auf der Hautfarbe.[5] Aspekte wie die Darstellung von queeren Charakteren und Charakteren mit Behinderung fehlen.

Hier kommt der *Vito-Russo-Test* ins Spiel, der von der US-amerikanischen Institution GLAAD, die sich mit der Darstellung von homosexuellen und queeren Charakteren in den Medien beschäftigt, entwickelt wurde. Der Test fragt, ähnlich wie der Bechdel-Wallace-Test, nach der Anzahl der queeren Charaktere und danach, ob

3 https://bechdeltest.com/ (aktuell zuletzt am 10.06.2023)

4 https://www.dailydot.com/parsec/fandom/mako-mori-test-bechdel-pacific-rim/ (aktuell zuletzt am 10.06.2023)

5 https://www.themarysue.com/the-kent-test-for-woc/ (aktuell zuletzt am 10.06.2023)

sie auf ihre sexuelle Orientierung reduziert, beziehungsweise nur als Beiwerk inszeniert werden.[6]

Dem Thema der Repräsentanz von Behinderung im Film widmet sich der *DisRep-Test* (DisRep = Disability Representation). Umgangssprachlich wird er auch Tyrion-Test genannt – nach der Rolle des kleinwüchsigen Schauspielers Peter Dinklage in »Game of Thrones«. Auch der DisRep-Test stellt bestimmte Fragen in den Raum: Taucht mindestens ein Charakter mit Behinderung auf? Ist dieser Charakter nicht weiß, heterosexuell und cis? Wird dieser Charakter von einer Person mit Behinderung dargestellt? Dreht sich die Storyline des Charakters nicht (nur) um die Behinderung? Wird der Charakter nicht zur Inspiration oder für Mitleidseffekte gebraucht? Fragen, bei denen praktisch alle Filme, in denen Behinderung eine Rolle spielt, durchfallen.[7]

Das Prädikat eines vielfältigen Films gilt übrigens nicht nur für den fiktionalen Bereich. Auch nichtfiktionale Produktionen könnten verstärkt versuchen, Vielfaltsaspekte zu berücksichtigen. Natürlich entstehen zum Beispiel Dokumentarfilme in einem anderen Rahmen: Die Teams sind mit Regie, Ton und Kamera meistens sehr klein und möglicherweise schon über Jahre eingespielt. Und wenn ein Thema keinen Aspekt von Diversität abdeckt, dann kann man ihn auch nicht erzwingen. Und trotzdem gibt es auch beim Dokumentarfilm Möglichkeiten, vielfältige Perspektiven einfließen zu lassen. Welche Geschichte möchte ich erzählen? Besteht die Gefahr, dass ich Stereotype abbilde? Wen lasse ich zu Wort kommen? Besonders beim letztgenannten Punkt gibt es verschiedene Möglichkeiten: Wenn man Expert*innen zu Wort kommen lässt, können diese zum Beispiel auch vielfältig sein und zu einem anderen Thema sprechen. Menschen mit Behinderung sind natürlich immer Expert*innen in eigener Sache, aber sie müssen und wollen auch nicht immer zwangsläufig zum Thema Inklusion und Barrierefreiheit äußern. Auch sie haben vielleicht durch ihren Beruf eine ganz andere Expertise, sind Historiker*innen, Kulturwissenschaftler*innen oder Informatiker*innen. Behinderung könnte in diesem Zusammenhang ganz beiläufig auftauchen, ohne dass sie thematisiert wird.

Dieses Vorgehen wird »Disability Mainstreaming« genannt und sollte eines der großen Ziele in der Filmbranche sein.[8] Behinderung wird in allen Aspekten des gesellschaftlichen Lebens von Anfang an wie selbstverständlich mitgedacht. Im Film müsste man noch nicht einmal groß denken: es würde zum Beispiel schon einmal

6 https://www.freitag.de/autoren/peter-rehberg/der-vito-russo-test-wie-zeigt-das-kino-homosexuelle (aktuell zuletzt am 10.06.2023)

7 https://www.eucrea.de/sitemap/beitraege/107-hp-veroeffentlichungen/veroeffentlichungen-medien/1058-behinderung-und-inklusion-im-film-geteiltes-licht (aktuell zuletzt am 10.06.2023)

8 Vgl. z.B. https://www.youtube.com/watch?v=KnGB0QbF3Xk (aktuell zuletzt am 10.06.2023), https://www.imew.de/de/barrierefreie-volltexte-1/volltexte/disability-mainstreaming-als-gesellschaftskonzept (aktuell zuletzt am 10.06.2023)

ein guter Anfang sein, wenn im Tatort der oder die Nachbar*in von Täter*in oder Opfer im Rollstuhl sitzen würde und eine kleine Nebenrolle hätte. Sie wäre einfach Teil des Umfelds, des Miteinanders. Die Behinderung wäre egal, weil die Auflösung des potentiellen Mordfalls im Vordergrund stehen würde. Es gibt schon einige Serien, in denen Behinderung fast wie selbstverständlich vorkommt – jedoch sind es erstaunlicherweise Krankenhaus-Serien. Die kleinwüchsige Schauspielerin Christine Urspruch, die gehörlose Schauspielerin Kassandra Wedel und der Schauspieler Tan Caglar, der im Rollstuhl unterwegs ist, spielen allesamt Ärzt*innen. Ganz konnte die Produktion aber dennoch nicht drumherum kommen, einen Bezug zum Thema Behinderung zu nehmen. So heißt die kleinwüchsige Ärztin Dr. Klein, und die gehörlose Ärztin, die von den Lippen ablesen kann, Dr. Lipp. Eine vertane Chance von Disability Mainstreaming.

Apropos Krankenhaus-Serien: In allen Filmen dieser Art ist es gang und gäbe, sich seitens der Produktion fachliche Beratung dazuzuholen. So wird vermieden, dass zum Beispiel der Blinddarm auf der falschen Seite entfernt wird. Gleiches gilt übrigens beim Tatort, wo die Polizei mit Rat und Tat zur Seite steht. Beim Thema Diversity ist es noch nicht selbstverständlich, aber ein Sensitivity Reading wird auch hier immer häufiger in Anspruch genommen. So kann schon bei der Stoffentwicklung dieser sensiblen Themen vermieden werden, dass Klischees, Stereotype oder Diskriminierung Einkehr halten.

Cripping Up – Identität spielt man nicht!

»Ja, aber die Kommissarin im Tatort ist ja auch keine echte Polizistin!« oder »Der Schauspieler, der in dem Film einen Bäcker spielt, hat dieses Handwerk ja auch nicht erlernt!«. Das sind oftmals die Antworten, wenn man die Forderung äußert, dass Rollen mit Behinderung auch von Schauspieler*innen mit Behinderung besetzt werden sollen.

Natürlich: Der besondere Reiz in der Schauspielerei liegt darin, in ungewöhnliche Rollen zu schlüpfen, mal eine ganz andere Person zu sein, die Herausforderung an die eigenen Grenzen zu gelangen. Manche Schauspieler*innen gehen hier sehr weit. »Method Acting« heißt die Schauspieltechnik, die in den 1950er Jahren von dem Russen Konstantin Stanislawski entwickelt wurde. Bei dieser Form der Schauspielerei versuchen die Darsteller*innen durch Gedächtnistechniken und Emotionstrainings aus der Psychologie noch tiefer in ihre Rolle einzudringen, eins zu werden mit der Figur. Das oft erstaunliche Ergebnis lässt das Publikum nicht selten aufhorchen: Für die Darstellung eines aidskranken Schmugglers in »The Dallas Buyer's Club« (2013) nahm Schauspieler Matthew McConaughey 17 Kilo ab, was ihm für seine authentische Darstellung glatt einen Oscar als bester Hauptdarsteller einbrachte. Wenige Monate zuvor war McConaughey noch als ehemaliger Stripper in dem

Drama »Magic Mike« (2012) zu sehen, wo er mit seinen Sixpacks das Club-Publikum in den Bann zog. Eine, objektiv gesehen, erstaunliche Transformation des Körpers. Sich und den eigenen Körper auf ein anderes Level heben, sich für eine Rolle komplett zu verändern, das mag beim äußeren Erscheinungsbild wie beim Gewicht möglich sein. Beim Thema Behinderung kann und darf dies aber keine Rolle spielen, denn hier geht es um mehr: Es geht um die Identität. Haarfarbe, Gewicht, Kleidung – das alles sind Komponenten, die jeder Mensch frei wählen bzw. beeinflussen kann. Hautfarbe, Herkunft, Geschlecht und/oder Behinderung gehören jedoch zur eigenen Identität und sollten nicht imitiert werden.

Genauso wie »blackfacing« – also das Bemalen des Gesichtes von weißen Schauspieler*innen mit schwarzer Farbe, um Schwarze Menschen darzustellen – inzwischen als rassistische Methode gesehen wird, so sollte auch die Besetzung von nicht-behinderten Schauspieler*innen auf Rollen mit Behinderungen einen ebenso großen Aufschrei hervorbringen. »Cripping Up« lautet hierfür der Fachbegriff, der damit die, unter Schauspieler*innen immer noch als Herausforderung gesehene, Imitation von Behinderung im Film beschreibt.

Sich mal eben in den Rollstuhl setzen oder so tun als könnte man nichts sehen – das ist nicht nur Aneignung von der Identität eines behinderten Menschen, es hat sogar noch viel weitläufigere Folgen für die Filmbranche. Es ist immens wichtig, dass die Filmbranche vielfältiger wird. Wenn jetzt aber Schauspieler*innen mit Behinderung nicht ihre Geschichte, ihre Interpretation weitergeben und darstellen können, weil nicht-behinderte Schauspieler*innen diese Rollen auch noch einnehmen, dann haben wir keine Repräsentanz und Zugänge mehr.

Durch filmische Anpassungen ist es sogar auch möglich, dass Schauspieler*innen mit Behinderung Rollen ohne Behinderung spielen. In der deutschen Tragikomödie »Honig im Kopf« (2014) spielt Samuel Koch – Schauspieler im Rollstuhl – einen Ticketverkäufer, der an einem Schalter sitzt. Seine motorische Beeinträchtigung wird kaschiert, indem die Bewegungen seiner Hände gedoubelt werden. Das zeigt: es ist möglich Schauspieler*innen mit Behinderung zu besetzen. Gleichzeitig stell sich aber die Frage, warum hier das Nicht-behindert-sein simuliert werden muss. Viel wichtiger wäre es stattdessen, das Thema Behinderung wie selbstverständlich im Film stattfinden zu lassen.

Um mehr Schauspieler*innen mit sogenannten »Vielfaltsmerkmalen« vor die Kamera zu bekommen, erfreut sich eine Casting-Methode aus den USA immer größerer Beliebtheit: Das Colorblind Casting. Bei dieser Methode werden die Darsteller*innen ohne Rücksicht auf ihre Herkunft, Hautfarbe, Körperform oder Geschlecht gecastet. Ihre Identität wird somit praktisch irrelevant.[9] Aber kann das

9 https://www.sueddeutsche.de/kultur/bridgerton-colourblind-casting-serie-film-1.5163241 (aktuell zuletzt am 10.06.2023)

die Lösung sein, Vielfalt vor der Kamera zu kreieren, indem man die Besetzung ohne den primären Blick auf Vielfaltsmerkmale vornimmt?

Nicht nur Zuschauer*innen finden es bisweilen gewöhnungsbedürftig, wenn Figuren anders aussehen als ihre historischen Vorbilder. Auch einige betroffene Schauspieler*innen haben Vorbehalte, denn beim einem Film geht es nicht nur um die Darstellung, sondern auch um den Inhalt, um die Perspektive, aus der die Geschichte erzählt wird. Natürlich kann, wie in der Netflix-Serie »Bridgerton«, die Königin Charlotte von einer Schwarzen Schauspielerin werden, jedoch bleibt es weiterhin die Geschichte aus einer weißen Perspektive. Eine Schwarze Schauspielerin nimmt hier eine privilegierte Rolle ein und die Geschichte der Diskriminierung und Unterdrückung spielt keine Rolle. Deshalb wird gefordert, dass auch hinter der Kamera, unter den Produzent*innen und Autor*innen mehr Vielfalt vorhanden sein sollte, damit die unterschiedlichsten Geschichten geschrieben, erzählt und produziert werden können.

Der Ansatz des Colorblind Castings kann eben nur dann funktionieren, wenn wirklich in der Filmbranche Chancengleichheit herrscht. Derzeit bildet die Filmbranche aber nicht die Vielfalt ab, die es in unserer Gesellschaft schon lange gibt. So haben zum Beispiel laut der Studie zur audiovisuellen Diversität im Fernsehen von der MaLisa Stiftung nur 0,4 % der Menschen, die im TV zu sehen sind, eine sichtbare Behinderung (6 % in der Bevölkerung). Bei Schwarzen Menschen sieht es mit 5 % (10 % in der Bevölkerung) ebenso mau aus wie bei Menschen mit Migrationsgeschichte: 11 % (26 % in der Bevölkerung).

Damit sich in der Filmbranche etwas ändert, muss auf diese Missstände aufmerksam gemacht werden. Dies funktioniert aktuell aber nur, wenn die Vielfalt in den Vordergrund gestellt wird. Wenn gezeigt wird, dass es wichtig ist. Wenn sie – im wahrsten Sinne des Wortes – eine »Rolle« spielt und sichtbar ist. Wenn die Möglichkeit besteht, die eigene Geschichte – auch die Diskriminierungserfahrungen – zu erzählen. Ja, die Kommissarin im Tatort ist keine echte Polizistin, aber eine Behinderung ist auch kein Beruf, sondern die eigene Identität, die akzeptiert und respektiert werden sollte. Und das geschieht nur, wenn wir Figuren mit Behinderung und anderen Vielfaltsmerkmalen dahingehend auch authentisch besetzen.

Barrierefreie Filmfassungen

Vielfältige Filme zu produzieren bedeutet auch eine Erweiterung der Zielgruppe. Als Zuschauer*in schaut man sich gerne Stoffe an, die von den Personen oder der Geschichte einen ansprechen, die eigene Lebenswirklichkeit abbilden. Man möchte sich durch die Filme repräsentiert fühlen. Je mehr also unsere vielfältige Gesellschaft in Filmen und Serien stattfindet, desto größer wird auch mein Publikum. Bei Menschen mit Behinderungen kommt noch der anfangs erwähnte Aspekt der Bar-

rierefreiheit hinzu. Um überhaupt Publikum sein zu können, müssen Zugänge geschaffen werden. Rollstuhlgerechte Kinosäle gibt es nur wenige, und wenn, dann ist die Anzahl der Plätze stark begrenzt. Hier muss ein Umdenken der Kinobetreiber*innen stattfinden und die Politik eingreifen. Denn noch immer ist in Deutschland die Privatwirtschaft nicht dazu verpflichtet, Barrierefreiheit herzustellen. Es ist teilweise leichter, einen Kaffee in einer öffentlichen Behörden zu trinken, als in einem Café um die Ecke. Es braucht strikte Vorgaben, damit nicht von Anfang an Menschen der Zugang verwehrt wird.

Ähnlich sieht es bei der Rezeption der Filme aus. Das Angebot an barrierefreien Filmfassungen (Untertitel, Audiodeskription) muss erhöht werden. Im aktuellen Filmförderungsgesetz (FFG) ist dargelegt, dass barrierefreie Fassungen produziert werden müssen, um Fördergelder zu bekommen. Eine Veröffentlichung dieser barrierefreien Fassungen ist jedoch nicht verpflichtend. Das hat zur Folge, dass nicht selten Untertitel und Audiodeskription, mit dem Wissen, dass man sie nicht veröffentlichen muss, unzureichend und lieblos erstellt werden und den Weg zum Publikum nie finden. Die Veröffentlichung muss, gerade jetzt bei der Novellierung des FFG, verpflichtend gemacht werden. Die Verfügbarkeit von barrierefreien Filmfassungen darf nicht weiter darüber bestimmen, welche Filme sich Menschen mit Behinderungen anschauen und welche nicht.

Vielfalts-Kreislauf in der Filmproduktion

Die Tatsache, mehr Menschen mit Behinderung, oder generell mit sogenannten Vielfaltsmerkmalen zu erreichen, führt schlussendlich dazu, dass neue Vorbilder, Role Models, entstehen können. Durch eine authentische Repräsentanz steigt gleichzeitig das Interesse für das Medium Film und kann damit auch Ansporn sein, selbst in diesem Bereich tätig zu werden – vor und hinter der Kamera. Schauspiel- und Filmhochschulen könnten sich also dadurch nicht mehr beschweren, dass sich niemand bewerben würde. Gleichwohl wäre es dann ihre Aufgabe, für barrierefreie Zugänge zu sorgen. Somit wäre der »Kreislauf« für mehr Vielfalt im Film geschlossen und nicht nur dadurch ersichtlich, dass sich nur etwas ändern kann, wenn es an allen Stellen passiert. Das der Forderungskatalog ebenso vielfältig ist wie die Thematik, zeigt ein erneuter Blick auf die Initiative »Vielfalt im Film«. Sie fordern:

- Diversität im Filmförderungsgesetz als Voraussetzung verankern, über Gender hinaus
- vielfältigere Redaktionen, Gremien und Jurys sowie diversitätsgerechte Inhalte und deren Produktion.

- Weiterbildungen für Cast und Crew zum Thema Diskriminierung, auch für Führungskräfte
- Diversitätsbeauftragte im Produktionsprozess
- verbindliche Regeln am Set zur Vermeidung von Diskriminierung und Rassismus
- Stärkung der Vielfalt und Förderung benachteiligter Gruppen an Filmhochschulen und Schauspielschulen
- Verpflichtung für barrierearme Filmfassungen

Vorbild für diese Forderungen könnten zum Beispiel die BFI Diversity Standards sein.[10] Aber auch Checklisten, wie die verpflichtende »Diversity Checklist« der Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein, können ein Anfang sein, um ein Bewusstsein für Vielfalt und die aktuellen Missstände in der Filmlandschaft zu schaffen.[11]

Deutschland liegt im internationalen Vergleich weit hinter Ländern wie den USA, Großbritannien oder auch Österreich zurück, was Vorkehrungen und Richtlinien hinlänglich Vielfalt im Film betrifft. Ein »weiter so« kann und darf es deshalb nicht geben. Im Prozess der Filmproduktion muss an einer Stelle mit Veränderungen begonnen werden. Warum nicht einfach bei einem selbst?

Jonas Karpa studierte Medienwissenschaften und Musikwissenschaften in Paderborn und Detmold. Er arbeitet als Journalist, Autor und Podcaster in Berlin und ist beim Sozialhelden e.V. Projektleiter von Leidmedien.de und Redaktionsleiter von Die Neue Norm. Als Vorstandsvorsitzender des Vereins »Vielfalt im Film« setzt er sich für mehr Diversität in der Filmbranche ein.

10 https://www.bfi.org.uk/inclusion-film-industry/bfi-diversity-standards (aktuell zuletzt am 10.06.2023)

11 https://www.moin-filmfoerderung.de/de/ueber_die_filmfoerderung/diversity-checklist-filmfoerderung.php (aktuell zuletzt am 10.06.2023)

Was sagen Medienschaffende zum Thema?

Körperdiskriminierung

> Ich habe die Erfahrung gemacht, dass ich aufgrund meiner doch scheinbar außergewöhnlichen Äußerlichkeit, ich bin eine Plus Size Woman, tatsächlich immer wieder zu hören bekomme, dass bestimmte Besetzungen nicht möglich sind und immer mal wieder im Bereich der Redaktion hängenbleiben. Die Regie kommt auf mich zu und sagt, wir würden dich sehr gerne buchen und das sehr gerne mit dir machen, aber man hat sich in der Redaktion leider gegen dich entschieden.

Altersdiskriminierung

> Ich bin eine Schauspielerin und jetzt Mitte 40 und stelle fest, dass es mein Alter im Fernsehen gar nicht mehr zu geben scheint, obwohl ich viele Menschen kenne, die auch Mitte 40 sind. Aber im Fernsehen sind die dann immer deutlich jünger. Die Kolleginnen sind 25, aber keine 40. Das ist einfach nicht mehr realistisch, was da passiert. Und das macht es einem auch schwerer, die Rolle zu bekommen.

Rassistische Besetzungspraxis

> Ich arbeite im fiktionalen Bereich und mache sehr unterschiedliche Erfahrungen. Zum Beispiel gab es ein Fernsehspiel nach einem wahren Fall, in dem ein

Polizeikommissar nach einem Mord ein Kind adoptiert hat, weil der Vater die Mutter umgebracht hat, und er der ermittelnde Kommissar war. Das Interessante an dieser Figur war, dass er selbst einen Migrationshintergrund hat. Die Mutter war Marokkanerin, er ist ein bayerischer Schwarzer. Und als es dann um die Besetzung ging, kam nur ein bekanntes Fernseh-Gesicht in Frage, weil sonst die Quote nicht stimmen würde, so der Fernsehspiel-Chef. Das bekannte Fernseh-Gesicht war natürlich Weiß, ein Teil dieser Geschichte ist jedoch, dass die Hauptfigur einen Migrationshintergrund hat. Es war eigentlich ein toller Stoff, um endlich mal Diversität abzubilden und vor allen Dingen Migrant*innen nicht nur zu zeigen, als »Ey du«, die Bösen in einem Tatort, »Was guckst du so?«, sondern sie als positive Helden zu besetzen. Aber dann wird mit der Quote argumentiert. Nach dem Motto: Unsere Zuschauer wollen bekannte Gesichter sehen und da die bekannten Gesichter immer die gleichen weißen Biodeutschen sind, wird der dann halt biodeutsch besetzt.

Wie kann mehr Vielfalt in dokumentarischen Formaten erreicht werden?

Sun-Ju Choi, Susanne Dzeik & Sonya Winterberg

Synopsis

Vielfalt, Chancengleichheit und der respektvolle Umgang miteinander sind in einer pluralistischen Mediengesellschaft unabdingbar. Die Realität ist jedoch eine andere: In Deutschland wurden diese Themen lange Zeit vernachlässigt, so dass es an Strukturen, belastbaren Zahlen und Visionen mangelt. Auch die dokumentarischen Formate[1] in Film und Fernsehen stehen diesbezüglich vor notwendigen, massiven Strukturveränderungen. Nur: Wie soll das gehen? Und wer setzt dies um?

Was dabei auf der Strecke bleibt: ein Innehalten und Nachdenken, gefolgt von einem Diskurs, der kritische Selbstreflexion einschließt. Und nicht zuletzt: konstruktive Ideen und Maßnahmen, die uns alle in Richtung Vielfalt und Inklusion weiterbringen. Vorhandene Lösungsansätze und innovative Konzepte verschiedener Akteur*innen müssen dabei in den Blick genommen werden. Derzeit bezieht sich ein Großteil des Diskurses auf den fiktionalen Bereich. Bei den dokumentarischen Formaten hingegen herrscht weitgehend Rat- und Orientierungslosigkeit. Unser Beitrag ist eine Bestandsaufnahme, die konkrete Handlungsmöglichkeiten für Dokumentarfilmschaffende aufzeigt.

Diversity – mehr als Gender und Hautfarbe

Die gute Nachricht zu Anfang: Diversität hat an gesellschaftlicher Relevanz gewonnen – und das findet seinen Niederschlag auch in vielen Bereichen der Film- und Fernsehbranche. Doch was ist damit eigentlich gemeint? Der Begriff Diversität (häufig auch Diversity) bedeutet in gesellschaftspolitischen und organisatorischen Kontexten einen wertschätzenden und respektvollen Umgang mit der Vielfalt

1 Hißnauer (2011) beschreibt vier »etablierte Formen des Fernsehdokumentarismus«: Dokumentation, Feature, Reportage und Dokumentarfilm. Im Zuge der Digitalisierung, aber auch der Globalisierung, entstehen jedoch fortlaufend neue, auch hybride, Formate.

(aus dem Lateinischen: *diversitas*) von Menschen. Diese unterscheiden und ähneln sich aufgrund verschiedener individueller Charakteristika. Dabei können sich beispielsweise Menschen gleichen Alters und ähnlichen Bildungshintergrunds in Herkunft/Nationalität oder ihrer sexuellen Orientierung unterscheiden. Eine Reihe Charakteristika sind kaum oder nicht veränderbar, etwa Geschlecht/Gender, Alter oder Ethnizität. Andere können sich im Laufe eines Lebens verändern (z.B. Religion, körperliche Einschränkungen, wirtschaftliche Situation u.a.). Mit diesen gesellschaftlichen Strukturelementen gehen Stereotype, Wertungen und Vorurteile einher. Häufig sind sie daher Gründe für soziale oder berufliche Benachteiligungen. Mit dem Begriff der Diversität werden diese Unterschiede (und Gemeinsamkeiten) von Menschen positiv gesehen und wertgeschätzt. Maßnahmen zur Förderung von Vielfalt helfen beim Abbau struktureller Benachteiligungen und zielen auf Chancengleichheit, Gleichstellung, Partizipation und Inklusion[2]. Die Gesamtheit dieser Maßnahmen sehen persönliche Charakteristika als Ressource und respektieren die menschliche Vielfalt. Menschen vereinen verschiedene Eigenschaften und Identitäten in sich. Dabei berücksichtigt der Begriff der Intersektionalität, dass Menschen oft wegen mehrerer Eigenschaften/Identitäten benachteiligt werden.

Wenn wir in diesem Aufsatz von Vielfalt sprechen, beziehen wir uns auf die Definition des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes[3] (AGG), also Geschlecht, sexuelle Orientierung, sozialer Status, Religionszugehörigkeit, Behinderung, ethnische Herkunft und Nationalität. Die momentanen Bemühungen um Vielfalt in den dokumentarischen Formaten müssen unseres Erachtens jedoch tiefer gehen, denn die diesbezüglichen Defizite vor und hinter der Kamera sind zutiefst strukturell bedingt. Im Großen und Ganzen bleibt die deutsche Dokumentarfilmlandschaft unserer Erfahrung nach bislang recht homogen und wenig geneigt, grundlegende Überlegungen bezüglich ihrer Privilegien anzustellen. Zwar wird die fehlende Vielfalt inzwischen auch in den Sendern, ihren Gremien und Förderinstitutionen thematisiert. Dabei bemühen sie sich häufig um sichtbare Verbesserungen[4] und haben das Thema Vielfalt zur Chef*innensache erklärt.

---

2 Während der Begriff der Inklusion häufig auf Menschen mit Behinderung angewendet wird, gibt es in einer inklusiven Gesellschaft keine definierte Normalität, die jedes Mitglied dieser Gesellschaft anzustreben oder zu erfüllen hat. Normal ist allein die Tatsache, dass Unterschiede vorhanden sind. Diese Unterschiede werden als Bereicherung aufgefasst und haben keine Auswirkungen auf das selbstverständliche Recht der Individuen auf Teilhabe. Aufgabe der Gesellschaft ist es, in allen Lebensbereichen Strukturen zu schaffen, die es den Mitgliedern dieser Gesellschaft ermöglichen, sich darin barrierefrei zu bewegen.

3 Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz vom 14. August 2006 (BGBl. I S. 1897), das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 23. Mai 2022 (BGBl. I S. 768) geändert wurde.

4 Darunter fallen u.a. BBC 50/50 Challenge, Charta der Vielfalt, Abschaffung von Zugangsbarrieren, Diversitätsbeauftragte und Weiterbildungen.

Diese Maßnahmen sind jedoch nicht die Folge eines plötzlichen Einsehens des gravierenden Mangels an Vielfalt[5], sondern vielmehr durch den Konkurrenzdruck u.a. der Streamingdienste und digitalen Plattformen entstanden. Diese liefern jungen Generationen andere Bilder und Perspektiven und zeigen erfolgreich, wie neue Darstellungsformen deren Wahrnehmungen prägen. Die Zeit, in der sich Medien angesichts ihrer komfortablen Finanzierung nicht um jüngere Zielgruppen bemühen mussten, scheint vorbei zu sein. Die Notwendigkeit, sich gesellschaftlich zu legitimieren, setzt heute besonders die ö/r Senderverantwortlichen zusätzlich unter Druck und betrifft, auf Grund der zahlreichen Verflechtungen, eine ganze Branche.

Welche Ergebnisse und Auswirkungen die derzeitigen Bemühungen um Veränderung tatsächlich haben werden, bleibt abzuwarten. Was aber dennoch fehlt, ist eine Reflexion über die Verantwortung und Möglichkeiten der Filmschaffenden selbst. Da Dokumentarfilmschaffende weitgehend zum Prekariat der Filmbranche[6] gehören, scheinen hier die Befürchtungen vor möglichen Verlusten von vermeintlichen Privilegien und Zugang zu den dünn gesäten Finanzierungsmöglichkeiten besonders hoch. Schon die Diversity-Checklisten der Filmförderungen, die eigentlich nur als Empfehlung dienen und u.a. Vielfalt in der Teambesetzung abfragen, lösen nervöse Reaktionen unter Kolleg*innen aus, die plötzlich feststellen, dass sie nur wenig oder überhaupt nicht divers vernetzt sind. Aus unserer Sicht muss Vielfalt als allumfassendes Querschnittsthema begriffen werden, das alle Bereiche des gemeinsamen Schaffensprozesses betrifft. Im Folgenden betrachten wir mögliche Schritte zu mehr Vielfalt auf Ebene der Institutionen, bei Buch und Regie sowie in der Produktion. Wir begreifen diese als mögliche Instrumente, die abhängig von den jeweiligen dokumentarischen Projekten genutzt werden können – oder auch nicht.

Schritte zu mehr Vielfalt

Voraussetzung für eine umfassende, selbstverständliche Diversifizierung im dokumentarischen Filmschaffen ist zunächst eine individuelle wie auch institutionelle Selbstreflexion; eine offene Auseinandersetzung mit den eigenen Strukturen und auch der eigenen Position. Sich der eigenen Rolle im Kulturbetrieb und den damit verbundenen Implikationen bewusst zu werden, heißt nicht zuletzt, sich eigene Privilegien zu verdeutlichen. Das Filmschaffen, insbesondere im dokumentarischen Bereich, ist stark von Barrieren wie dem Zugang zu Redaktionen und Produktionsfirmen über prekäre Finanzierungssituationen bis hin zu fehlenden »Connections«

---

5 »Welche Gesellschaft soll das abbilden?«, Studie der Neuen Deutschen Medienmacher*innen (2022)

6 Agneskirchner, Alice; Langer, Jörg: »Untersuchung der AG DOK zur beruflichen Situation von Dokumentarfilmautoren und Dokumentarfilmregisseuren (m/f)« (2012)

geprägt, wie regelmäßig bei Branchentreffs beklagt wird. Die berechtigte Kritik der Homogenität führt aus unterschiedlichen Gründen zu Legitimationsdruck und damit einhergehend zu Unsicherheiten. Daraus entwickeln sich gewisse Muster, die sich wiederholen: Rechtfertigung, Ab- und Ausgrenzung. Statt reflexartige Abwehrmechanismen loszutreten, müssen eine offene Gesprächskultur herrschen und konkrete Maßnahmen ergriffen werden, um Zugänge zu öffnen und bisherige Barrieren durchlässiger zu machen.

Häufig wird behauptet, dass durch verbindliche Anforderungen für mehr Diversität in Filmförderungen oder anderen Institutionen »die Kunst(freiheit) und Qualität leide«. Diese Aussage erwies sich bereits bei der Einführung der Frauenquotierung als irrige Annahme. Sie fußt auf der Grundthese, dass sich Qualität automatisch durchsetzen würde und müsse und Werke, die einzig aufgrund einer Quotierung zustande kommen, quasi per se einen Mangel aufweisen. Diese Leugnung struktureller Benachteiligung geht einher mit der spannenden Frage, woran sich Qualität festmacht und wer dies festlegt. Ähnliches wird nun bei der Forderung nach Diversität in den Raum gestellt; Beliebigkeit und Qualitätsverlust wären die Folgen. Beim genaueren Hinsehen erweist sich das Gegenteil als richtig: Diversität ist eines der zentralen Qualitätskriterien, denn Multiperspektivität und sensibler Umgang mit gesellschaftlichen Machtgefällen sind die Grundpfeiler für Teilhabe und Demokratie.[7]

Doch wie sähe eine angemessene Quotierung überhaupt aus? Wie und von wem werden die Zahlen dafür bereitgestellt? Bislang tut sich die Film- und Medienbranche schwer damit, überhaupt Zahlen zu erheben. Um konkrete Mängel und Defizite zu erfassen und Maßnahmen für mehr Vielfalt zu ergreifen, sind diese Zahlen aber ein unumgängliches Instrument. Wer nicht erfasst wird, hat keine Priorität. Sind keine belastbaren Daten vorhanden, stellt sich selten ein Problembewusstsein ein. Das heißt wiederum, dass keine Maßnahmen ergriffen werden, um Gleichstellung herzustellen, wie die Studie von »Vielfalt entscheidet«[8] aufzeigt. Nur mittels konkreter Daten und Zahlen kann Uniformität dokumentiert und korrigiert werden. Zu ähnlichen Ergebnissen kommen u.a. auch der Diversity Guide der Neuen deutschen Medienmacher*innen und die Studie zur Vielfalt im Film.[9] Aber: Es kommt nicht darauf an, sich akribisch an Quoten zu halten. Wichtiger ist, dass diejenigen, die bislang wenig oder nicht berücksichtigt wurden, sichtbar werden. Das heißt auch, dass sich Filmschaffende gemeinsam auf das Wollen einigen und verbindliche Schritte einleiten müssen. Damit einhergehend stellt sich die Aufgabe, die marginalisierten Bevölkerungsgruppen adäquat abzubilden, ohne sie auf Stereotype zu

7 Vgl. Jantschek (2019): 34–38 sowie Rudolf (2017):3
8 Vgl. Ahyoud et al. (2018).
9 https://vielfaltimfilm.de/ergebnisse/ (abgerufen am 17.10.2022)

reduzieren oder als Token[10] einzusetzen. Dafür sind qualitative Erhebungen[11], die Erfahrungen, Wissen und fortwährenden Austausch berücksichtigen, eine wichtige Grundlage.[12]

Bei Projekt- und Stellenausschreibungen sollte die Frage gestellt werden, ob gängige Anforderungen tatsächlichen Qualitätskriterien entsprechen. Beispielsweise ist bereits heute an manchen Filmhochschulen das Abitur keine Voraussetzung mehr für ein Filmstudium. Ebenso sollten Hochschulabschlüsse oder Promotionen keine automatische Voraussetzung mehr für Stellenbesetzungen sein. Für ein diverses Recruiting sollten Communitys mit einbezogen werden, die gezielte Ansprache für erwünschte Zielgruppen leisten können. Die Vorteile sind offenkundig: Antidiskriminierungskompetenz, Mehrsprachigkeit und Community-Anbindung. Ein weiteres Beispiel für erschwerte Zugänge ist die Altersbeschränkung, an der viele Filmhochschulen weiterhin festhalten; so werden etwa Personen ab vierzig, die sich nach anderen beruflichen Erfahrungen neu orientieren möchten, kaum noch zugelassen. Denkbar sind darüber hinaus bedarfsgerechte staatliche Förderprogramme, auch finanzieller Art, für Mitglieder benachteiligter Gruppen, die durch Mentor*innen begleitet werden.[13]

Vielfalt beginnt im Kopf, d.h. bereits während der Ideensuche und -findung. Sie sollte zu einem Entscheidungskriterium für die Vergabe von Förderungen oder Zusagen für Auftragsproduktionen werden. Die Fragen, denen die Filmschaffenden in dieser Phase nachgehen, gibt Aufschluss darüber, ob sie Vielfaltdimensionen berücksichtigen oder nicht. Dabei geht es nicht nur um eine Erweiterung der Themenfelder, sondern um eine Verknüpfung verschiedener Sichtweisen, die eine multiperspektivische Betrachtung ermöglicht. Was dabei oft verwechselt wird: Die Präsenz einer Schwarzen Person ergibt allein keine Story, da Herkunft und Hautfarbe keine Geschichte ergeben. Das gleiche gilt für Menschen mit Behinderung. Wichtig ist ein intersektionaler Blick auf die Menschen, deren Geschichten und Leben. Bei genauerem Hinsehen ergeben sich bei den meisten Menschen unterschiedliche Kon-

10 Tokenismus bezeichnet kritisch eine Praxis, bei der nur symbolische Anstrengungen unternommen werden, um Mitglieder einer gesellschaftlich marginalisierten Gruppe in soziopolitischer Hinsicht gleichzustellen.

11 Hierzu gibt es nur wenig Erhebungen. Professor Elizabeth Prommer vom Institut für Medienforschung der Universität Rostock leitete hierfür eine Fortschrittsstudie zur audiovisuellen Diversität, die Sichtbarkeit und Darstellung der Vielfaltsdimensionen Migrationshintergrund, ethnische Zuschreibung*, sexuelle Orientierung und Behinderung in deutschen Kinofilmen von 2017 bis 2020 untersuchte. https://malisastiftung.org/frauen-auf-leinwand-ergebnisse-fortschrittsstudie/ (abgerufen am 22.10.2022)

12 Vgl. Prommer (2015).

13 Women in Film and Television (WIFT) mit Unterstützung von Telefilm Canada arbeitet seit geraumer Zeit erfolgreich mit dem Mentoring Modell zur gezielten Förderung von BIPoC-Filmemacher*innen.

taktzonen und Berührungspunkte mit Diversitätsmerkmalen. Sind diese nicht augenscheinlich, so lohnt ein zweiter Blick, um Querverbindungen zu schaffen. Ein anderer, weit verbreiteter Irrtum lautet, dass mit internationaler Besetzung bereits Diversity hergestellt ist. Aber: Internationalität ist nicht gleichzusetzen mit Vielfalt, denn internationale Besetzung wird oftmals durch Besetzung mit weißen Personen aus dem europäischen Raum erreicht. Das Fehlen von People of Color bleibt in diesen Fällen beispielsweise unsichtbar.[14]

Zusätzlich sollten Sender und Förderinstitutionen ihre Mitarbeitenden rund um die unterschiedlichen Vielfaltsdimensionen sensibilisieren; Handreichungen, regelmäßige Workshops und Weiterbildungen[15] helfen zu prüfen, ob gesteckte Ziele erreicht wurden.

Weitere Maßnahmen könnten sein:

- Mehr Diversität unter Akteur*innen herstellen, in den Strukturen der Sender Fördergremien, Verbänden und im Rundfunkrat.[16]
- Sensibilisierung, Beratung und Weiterbildungskonzepte (»Sensitivity Reading« s.u., Bechdel Test[17]).
- Ausreichend ausgestattete Anlauf- und Beschwerdestellen für Diskriminierungsfälle, die von Vertrauenspersonen mit Sensibilisierungskompetenz geleitet werden.

Buch und Regie: eine neue Sicht auf die Projektentwicklung

Im deutschen Filmgeschäft haben multiperspektivische Erzählweisen und kollektive Arbeitsprozesse bislang wenig Raum. Größere Filmproduktionen sind meist stark hierarchisch, allein schon, weil sich traditionell große Budgets schwer demokratisch verwalten lassen. Während aus Diversity Sicht die Überpräsenz weißer Cis-Männer vor und hinter der Kamera bemerkenswert ist, muss hier jedoch auch gefragt werden, aus welchen Quellen sich die Finanzströme speisen, und welche Weltbilder dadurch transportiert werden. Während die Produktion die marktgerechte

14 Vergl. S. 38 in: *Teilhaben, Teilsein. Diskriminierungskritische Perspektiven auf Teilhabe und Repräsentanz in der postmigrantischen Gesellschaft.* neue deutsche organisationen – das postmigrantische netzwerk e.V. (Hg.), Berlin.

15 Mit Ausnahme von Bayern und Sachsen gibt es in allen Bundesländern einen gesetzlichen Anspruch auf Bildungsurlaub für Arbeitnehmer*innen in Höhe von fünf Tagen pro Kalenderjahr. Dies ermöglicht auch den Besuch von Fort- und Weiterbildungen externer Institutionen.

16 Vergl. mit der Untersuchung der Neuen deutschen Medienmacher*innen über den Mangel an Vielfalt in Rundfunkräten des ö/r Rundfunks: »*Welche Gesellschaft soll das abbilden?*«

17 https://bechdeltest.com/ (abgerufen am 17.10.2022)

Verwertbarkeit des Produkts im Blick behält, darf sich die Regie im ihr zugeschriebenen Rahmen verwirklichen und ihre Sicht präsentieren. Die anderen Gewerke haben ihr dabei zu folgen. Was im deutschsprachigen Raum dabei bislang herauskommt, sind zumeist bildungsbürgerliche Perspektiven einer gesellschaftlich dominierten weißen, heterosexuellen Norm. Davon profitieren hauptsächlich jene, die die Codes der »Inner Circles« internalisiert haben.[18]

Da sich insbesondere abendfüllende Dokumentarfilme, die ihren Platz vor allem im Kino und auf Festivals finden, wirtschaftlich meist schwer vermarkten lassen, sind in diesem Bereich die finanziellen Bedingungen besonders prekär. Auch in Fernsehproduktionen arbeiten Regisseur*innen nicht selten unterhalb des Mindestlohns. Dies führt wiederum dazu, dass sich Dokumentarfilmschaffende die Verwirklichung von Projekten leisten können müssen. Um einen breiteren gesellschaftlichen Zugang zu ermöglichen, braucht es hier also zunächst auch finanzielle Anreize, die es marginalisierten Gruppen ermöglicht, im dokumentarischen Bereich tätig zu werden. Mit dem Beginn der Digitalisierung demokratisierte sich der Zugriff auf die Produktionsmittel. Eine Bilderflut überzieht inzwischen das Internet, doch nach wie vor fehlen systematische Auswertungen und Handlungsanweisungen demokratie- und diversitätsfördernder Herstellungsprozesse. Kollaborative Produktionsprozesse etwa können zu mehr Vielfalt beitragen, werden jedoch weder systematisch gelehrt, noch sind sie regelmässig auf dem Radar der Entscheider*innen, die den finanziellen Zuschlag zur Realisierung eines Projektes geben. Dabei finden sich Modelle und Erfahrungen anderer Produktionsweisen vor allem außerhalb der etablierten Strukturen, wie zum Beispiel in sozialen Bewegungen, die sich in den Darstellungen der sogenannten Mainstream-Medien nicht angemessen dargestellt sahen und stattdessen eigene Filme produzierten.[19] Die Markteinführung des Sony Porta-Packs 1967, der ersten tragbaren Videokamera- und -rekordereinheit, löste euphorische Hoffnungen auf einen, emanzipativen Mediengebrauch aus.[20] Filmkollektive bildeten sich verstärkt seit den 70er Jahren in kritischer Abgrenzung zu dem noch jungen ö/r Fernsehen mit dem Ziel einer emanzipativen Gegenöffentlichkeit. Schon früh wurde nach Ansätzen gesucht, nicht über Protagonist*innen zu berichten, sondern mit ihnen. Auch sollten Filmworkshops in den sozialen Bewegungen selbst, zum Beispiel für Arbeiter*innen, diese dazu ermächtigen, ihre eigenen

18 Einen Korridor in diese Welt bahnt der umkämpfte Zugang zu den Studienplätzen der Filmhochschulen. Wer ihn erfolgreich durchschreitet, hat das Gefühl dazu zu gehören. Elite- und Konkurrenzdenken, sowie der Zwang permanenter, performativer Selbstvermarktung gehören zum Markenkern einer erfolgreichen Karriere, vor allem nach dem Studium, wenn die Absolvent*innen auf den freien Markt stoßen.

19 https://www.nadir.org/nadir/initiativ/videoactivism/wasist.html (aktuell zuletzt am 30.06.2023).

20 https://www.nadir.org/nadir/initiativ/videoactivism/teksten/minuten.pdf (aktuell zuletzt am 30.06.2023).

Filme zu produzieren (vgl. ebd.). Die Selbstherrlichkeit einer einzelnen Regie wurde kritisch gesehen. Dokumentarfilme entstanden oft kollektiv und in permanenten Auseinandersetzungsprozessen. Namensnennungen im Abspann galten häufig als verpönt, denn Filme wurden als gemeinsames Produkt der Gruppe verstanden (vgl. Godmilow: 2022). Eine Patentlösung für alle Herausforderungen ist nicht in Sicht, aber einige Instrumente können dazu beitragen, zu mehr Vielfalt vor und hinter der Kamera zu gelangen.

Diese können den jeweiligen unterschiedlichen Anforderungen des Filmprojektes entsprechend zum Beispiel sein:

Vielfalt bereits bei der Stoffentwicklung mitdenken

Ein Beispiel: In einem Workshop zu Diversität bei der ARD Programmwerkstatt 2021 formulierte ein Autor seine Bedenken folgendermaßen: »Was ist, wenn ich zum Beispiel einen Film über Kohlearbeiter im Ruhrgebiet mache? Das sind doch alles nur Männer? Da gab es keine Frauen unter Tage.« Abgesehen davon, dass in einem solchen Film eine wenig abgebildete Arbeiterschicht sichtbar werden würde, die für eine prekäre Lebenswirklichkeit in Deutschland steht, stellt sich auch die Frage, warum die Geschichten der Sekretärinnen in der Verwaltung und/oder der Partner*innen, die in aller Regel die familiäre Care-Arbeit leisten, außen vor bleiben sollte? Müssen Geschichten die einseitige Perspektive dieser spezifischen Gruppe erzählen? Autor*innen können am Ende eines Auseinandersetzungsprozesses mit dem Stoff zu der Entscheidung gelangen, dass diese Geschichte nur aus jener Subjektivität erzählt werden kann. Dies sollte jedoch ein gut begründetes Ergebnis dieser Selbstbefragungen sein.

Mehr Diversität unter Filmschaffenden und Teams herstellen

Einige deutsche Filmförderungen setzen inzwischen auf sogenannte Checklisten, die unter anderem die Besetzung des Teams hinsichtlich der Diversitätskriterien abfragen. Die diverse Besetzung der Teams ist dabei nicht zwingend, vielmehr soll dadurch ein Bewusstseinsprozess angestoßen werden. Während das im fiktionalen Bereich schon aufgrund der Größe der Filmteams leichter zu realisieren scheint, argumentieren manche Dokumentarfilmschaffende damit, dass die Regiearbeit sich an ihren persönlichen Kriterien für eine bestmögliche Zusammenarbeit orientieren muss. Dabei stellt sich bei einer Selbstüberprüfung oft heraus, dass der Kreis der Kolleg*innen die eigene soziologische Zugehörigkeit widerspiegelt und wenig Diversität verspricht. Kolleg*innen mit Migrationsgeschichte, Behinderung und/oder nicht normativer sexueller Identität/Orientierung müssen aktiv gesucht werden. Dabei gibt es sie bereits. Helfen sie zu finden, können Menschen aus anderen Communities und Vereinigungen, die sich aktiv gegen Diskriminierungserfahrungen

und für Teilhabe organisieren.In verschiedenen Gewerken haben sich auch bereits Frauen zusammengeschlossen und helfen sich mit eigenen Webauftritten zu mehr Präsenz.[21] Organisationen, wie z.B. die Neuen Deutschen Medienmacher*innen[22], verfügen über interne Mailinglisten, über die Team-Anfragen weitergeleitet werden können. In der Öffnung der Teams liegt die Chance, eigene Wahrnehmungen und Gewissheiten zu hinterfragen und multiperspektivisch zu arbeiten. Dies setzt jedoch die Offenheit voraus, dies als Chance zu begreifen und die eigene Komfortzone zu verlassen. Eigentlich ein Anspruch, der zu den Kernkompetenzen von Dokumentarist*innen gehören sollte.

Stärkere Einbeziehung der Head Departments bereits zu Beginn eines Filmprojektes und in der Stoffentwicklung

Der Fertigungsprozess eines Films folgt zumeist einem relativ schematischen Ablauf, bei dem der/die Autor*in und die Produktion in der Zeitleiste am Anfang stehen. Doch warum wird die spezifische Expertise verschiedener Head Departments nicht bereits während der Reifung einer Idee genutzt? Dabei ist den Filmschaffenden bewusst, dass ein Dokumentarfilm mindestens dreimal entsteht, nämlich in der Vorproduktion, während des Drehs und am Ende erneut im Schnitt. Läge nicht eine Chance in der Einbeziehung der Kamera und des Schnitts schon in der Stoffentwicklung? Das Kamera-Auge sieht anders und auch die Montage könnte ihre spezifischen Bedarfe, Erfahrungen und Ideen bereits in der Stoffentwicklung einfließen lassen. Handelt es sich zudem um ein nach Vielfaltskriterien[23] besetztes Team, kann auch dies dazu beitragen, multiperspektivisch zu erzählen.

Kooperative Zusammenarbeit mit Protagonist*innen

Ein Mehr an Augenhöhe trägt zu vielfältigen Erzählperspektiven und Darstellungsformen bei. Die Methodik des aktiven Zuhörens unterstützt die Zusammenarbeit und Verhandlungsprozesse mit Protagonist*innen. Doch wie können darüber hinaus Beziehungsasymmetrien überwunden werden? Aufgrund der verbreiteten Angst einer Einschränkung der eigenen künstlerischen Freiheit gilt unter Filmschaffenden zumeist das ungeschriebene Gesetz, dass Protagonist*innen einen Film, wenn überhaupt, erst nach seiner Endfertigung zu Gesicht bekommen. Bei investigativen journalistischen Stoffen, die gesellschaftliche Missstände aufdecken

21 siehe z.B. https://cinematographinnen.net (abgerufen am 22.10.2022)

22 https://neuemedienmacher.de (abgerufen am 22.10.2022)

23 Während es keinen allgemeingültigen Katalog für die Zusammenstellung eines solchen Teams gibt, kann hier auf die Erfahrung von beratenden Kolleg*innen zurückgegriffen werden, die diesbezüglich Hinweise geben können. Ähnlich wie es im fiktionalen Bereich »Intimacy Coordinators« gibt, könnte hier ein neues Berufsbild »Diversity Consultants« entstehen.

wollen, mag es gute Gründe dafür geben. Doch gilt das Gleiche auch für sämtliche künstlerischen Dokumentarfilme oder dokumentarischen TV-Formate?

Sich auf einen aktiven Findungsprozess mit Protagonist*innen einzulassen, bedeutet nicht unbedingt, dass die Regie lediglich den Interessen der Protagonist*innen dient. Natürlich unterscheiden sich Vorkenntnisse und Sichtweisen sowohl auf die zu erzählende Geschichte, als auch auf die Herstellung des Films. Die aktive Einbeziehung der Protagonist*innen in den Verhandlungsprozess ermöglicht eine Vertiefung der Erzählung, die sich klischeehaften Darstellungen versperrt. Die Regie kann sich davon überraschen lassen, wie weit sich Abgebildete auf die Darstellung der Filmschaffenden einlassen, insoweit das Vertrauensverhältnis zueinander stimmt.[24]

Ko-Regie/Tandems (bereits eine absolute Selbstverständlichkeit bei den Drehbuchautor*innen)

Sie setzen ein hohes Maß an Bereitschaft voraus, sich auf den Austausch mit dem/der Kolleg*in einzulassen und bei divergierenden Meinungen gemeinsam Lösungen zu finden. Dabei sind verschiedene Modelle denkbar. Regie-Tandems können sich zum Beispiel Drehtage, thematische Bereiche und die Zusammenarbeit mit den verschiedenen Protagonist*innen aufteilen. Sie können verschiedene Schwerpunkte setzen und auch hier von den unterschiedlichen Erfahrungen profitieren. Intersektionale Zusammenarbeit in der Regie eröffnet darüber hinaus bereits in der Produktionsphase einen Raum für neue Erfahrungen und Perspektiven außerhalb der jeweiligen Lebensrealität, was wiederum die Möglichkeit schafft, eine breitere Zielgruppe zu erreichen. Tatsächlich gestalten sich Regie-Tandems nicht immer reibungsfrei. Sollen sie gleichberechtigt sein, so zeigt sich hier die soziale Kompetenz und Bereitschaft, die eigene künstlerische Vision nicht über alle anderen zu stellen. Möglich sind jedoch auch Ko-Regieformen, die sich auf eine klare Aufgabenteilung einigen und die letzte Entscheidung einer Person überlassen. Die Grenzen zwischen den Modellen sind fließend.

Weiterbildungen zu Vielfalt

Inzwischen wächst bei vielen Dokumentarfilmschaffenden der Wunsch nach mehr Selbstreflektion und Weiterbildungen zum Thema Vielfalt. Fortbildungen, oftmals von zivilgesellschaftlichen Akteur*innen, die sich lange Zeit ehrenamtlich für mehr

---

24 Beispielhaft für solche Aushandlungsprozesse sind die Filme der Ethnologin und Regisseurin Mirjam Leuze. Für ihren Film »The Whale and the Raven« dauerten die Verhandlungen mit der Gitga'at First Nation in British Columbia (Kanada) rund zwei Jahre.

Teilhabe engagierten, werden zunehmend angeboten. Mit unterschiedlichen Methoden, wie zum Beispiel selbstreflexiven Übungen, Theorieinput, moderierten Diskussionen und Beratungen können sich Dokumentarfilmschaffende zu den verschiedenen gesellschaftlichen Vielfaltsdimensionen weiterbilden und eigene Sensibilisierungsprozesse einleiten.

Sensitivity reading[25], Kollaborationen (z.B. mit Interessensvertretungen)

Einige Interessenvertretungen, die sich im Bereich der Vielfaltsdimensionen engagieren, verfügen inzwischen über Expert*innen, die ihre Qualifikationen auch Filmschaffenden anbieten. Neben Beratungsgesprächen, die u.a. für Recherchen von hohem Wert sind, gehören dazu auch Angebote wie »Sensitivity reading«. Unter ersterem wird das »Gegenlesen bei sensiblen Themen« verstanden. Dieses wird zum Beispiel von den »Sozialheld*innen«[26] angeboten, einer Organisation, die sich für Rechte von Menschen mit Behinderung einsetzt.

Eigene Rolle verdeutlichen/reflektieren bzw. hinterfragen

Filmschaffende müssen sich die Frage stellen, wessen Perspektive für welche Zielgruppe präsentiert wird. Inwiefern spielen die eigenen Blicke und Bilder auf den/die Protagonist*in und/oder deren gesellschaftliche Funktion eine Rolle? Wer oder was wird von wem repräsentiert? Inwiefern wirkt die eigene Sozialisation und fließen eigene Privilegien in die filmische Repräsentanz des/der Abgebildeten mit ein? Sind sich die Autor*innen ihrer Privilegien bewusst und thematisieren gegebenenfalls auch ihre eigene Rolle im Schaffensprozess?

Produktion

In der Produktion laufen letztlich alle Bemühungen um Vielfalt in dokumentarischen Formaten zusammen. Einerseits können hier konkrete Akzente gesetzt werden, andererseits muss schon bei der ersten Kalkulation das Thema Vielfalt einbezogen werden. Wer hier mit gutem Beispiel vorangehen und grundsätzlich mehr Diversität erreichen möchte, kann für die eigene Firma eine Strategie entwickeln, die mit konkreten Zielsetzungen arbeitet und einen Verhaltenskodex[27] einführen.

25 Bei einem »Sensitivity reading« wird ein Script auf falsche oder missverständliche Darstellungen, Stereotypen, Vorurteile und mangelndes Verständnis gegengelesen und Vorschläge zu deren Behebung gemacht.

26 https://sozialhelden.de/; https://leidmedien.de/

27 Der Verhaltenskodex bietet die Möglichkeit, klare und dadurch durchsetzbare Regeln zu etablieren, für deren Einhaltung im Alltag alle Ebenen eines Unternehmens stehen. Es kann da-

Während Diversity auch einen monetären Mehrwert schafft[28], muss jedoch zuerst einmal Geld dafür bereitgestellt werden. Welche Posten dies genau umfasst, wird im Folgenden beispielhaft diskutiert. An der Schnittstelle Produktion und Auftraggeber*in bzw. Finanzierer*in (in erster Linie Fernsehanstalten und Filmförderungen) muss Einigkeit darüber herrschen, dass Vielfalt gewollt ist. Dann können Produktionen die Projekte von Anfang an auch unter diesem Aspekt entwickeln. Die Möglichkeiten sind vielseitig. Angefangen bei der Themensuche bis hin zur Zusammenstellung der Protagonist*innen gibt es schon vor der Einreichung eines Exposés verschiedene Herangehensweisen. Während beispielsweise bei Themen rund um Verbrechen und Strafvollzug überproportional häufig Menschen mit Migrationshintergrund porträtiert werden, kommen in Dokumentationen zum Thema Kinderwunsch entweder hauptsächlich weiße Heteropaare aus der Mittelschicht oder nur der Teilaspekt queere Paare/Regenbogenfamilien vor. Dass Kinderwunsch ein universelles Thema ist, das sich durch alle Einkommensschichten, Genderidentitäten und ethnischen Herkünfte zieht, auch Menschen mit Behinderung betrifft, wird dabei gerne übersehen. Hat die Produktion einen Film mit drei Protagonist*innen geplant, könnten an dieser Stelle drei unterschiedliche statt drei möglichst ähnliche Konstellationen besetzt werden.

Während dies anfangs möglicherweise zusätzliche Ressourcen benötigt, um Kontakte in die entsprechenden Netzwerke aufzubauen, ist es kein grundlegendes Problem, Protagonist*innen mit unterschiedlichen Diversitätsmerkmalen zu finden. Eine Produktion erleichtert sich diesen Prozess jedoch schon dadurch deutlich, wenn das eigene Team entsprechend divers aufgestellt ist. Neben den oben bereits erwähnten Fort- und Weiterbildungen von Personal im eigenen Betrieb kann auch die Vergabe von Dienstleistungsaufträgen unter Berücksichtigung des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) erfolgen. Ziel sollte die Zusammenstellung eines möglichst diversen Teams sein und nicht die notgedrungene Erfüllung von Fördervorgaben.

Ein Problem, das Produzent*innen stets im Auge behalten sollten, ist die Unterlaufung von offensichtlicher Diversität. Aus den betreffenden Communities gibt es Rückmeldungen[29], dass gerne der oder die Quoten*Diverse ins Team geholt wird, nicht selten gegen den Widerstand eines einzelnen Teammitglieds. In der Folge wird der/die Quoten*Diverse dann unter fadenscheinigen Gründen abserviert. Auch dies

---

durch einmal mehr deutlich gemacht werden, dass es ein Grundrecht ist, nicht diskriminiert zu werden.

28 Vgl. Dhami: 2021

29 Vgl. Gächter, A. (2022). *Diversity Management als Anti-Diskriminierungsstrategie.* In: Scherr, A., El-Mafaalani, A., Reinhardt, A.C. (eds) *Handbuch Diskriminierung*. Springer Reference Sozialwissenschaften. Springer VS, Wiesbaden.

macht deutlich, dass es nicht um die Besetzung einzelner Positionen oder die Erfüllung von Quoten, sondern um eine Frage der Haltung geht. Entscheider*innen haben hier Vorbildfunktion. Folgende Rollen kommen insbesondere in Frage, Vielfalt in der Produktion von dokumentarischen Formaten zu unterstützen: Produzent*in – zum Beispiel durch eine/n Koproduzent*in, die sich in ihren Vielfaltsdimensionen vom Hauptproduzenten unterscheidet. Genauso wichtig können in diesem Zusammenhang sein Producer*in; Autor*in – Koautor*in, Regisseur*in – Koregisseur*in.

Freie Produzierende, die gerne in bereits eingespielten Teams arbeiten und die sich durch Anregungen der Filmförderungen gegängelt fühlen, können sich mittelfristig umorientieren und neue Talente mit Vielfaltsdimensionen langsam in bestehende Teams integrieren. Hier geht es nicht um den radikalen und sofortigen Umbau bewährter Strukturen, sondern um den Gewinn an Erfahrung und Hintergrund vor und hinter der Kamera, der dokumentarischen Filmen jeglicher Art auf lange Sicht zu Gute kommt.

Sind Thema, Protagonist*innen und Team gefunden, muss das Engagement der Produktion keineswegs beendet sein. Im Grunde genommen geht es dann erst richtig los. Anders als in den herkömmlichen hierarchischen Strukturen kann nun das Miteinander gestaltet werden. Eine flache Organisation bei maximaler Transparenz sowie klare Absprachen bezüglich Verantwortungen helfen, gemeinsam Entscheidung abzuwägen und zu treffen. Dabei geht es nicht darum, wer welchen Bleistift kauft oder welche Schrift in einer Präsentation verwendet wird. Im Zentrum steht vielmehr das gemeinsame Finden einer Haltung unter Einbeziehung verschiedener Sichtweisen auf ein Thema. Dabei kann es um die Storyline ebenso gehen wie einen Kamerawinkel, der günstig oder ungünstig für eine/n Protagonist*in ist.

Während sich in der Regel die Kameraperson mit der Regie abspricht und so die/der Protagonist*in zum Objekt gemacht wird, könnte er/sie zum Beispiel nach einer Probeaufnahme befragt werden, mit welcher Kameraeinstellung er/sie sich wohlfühlt. Spricht regieseitig etwas gegen die Wahrnehmung der Protagonist*innen, kann gemeinsam weiter überlegt werden, ob zum Beispiel durch Licht oder eine räumliche Veränderung ein Kompromiss gefunden werden kann. Außerdem sollte bereits im Vorfeld überlegt werden, wie mit Konflikten umgegangen werden soll, denn diese sind Teil des Prozesses und können selten komplett vermieden werden.

Auch in den Verträgen mit Protagonist*innen und dem Team sollte das Thema Vielfalt etabliert werden, um sicherzustellen, dass mit Vertragsunterzeichnung alle Beteiligten respektiert werden. Dies mag manchen Produzent*innen unnötig erscheinen, aber obwohl die Gleichstellung der Frau bereits seit Jahrzehnten gang und gäbe ist, gibt es auch in der Dokubranche bis heute Übergriffe, Herabwürdigun-

gen und sexuelle Belästigung. Um Rassismus, Ableismus[30], Klassismus und anderen Formen der Diskriminierung wirksam entgegenzutreten, sollen alle zur Verfügung stehenden Instrumente genutzt werden – dies gilt auch in der Kommunikation im Alltag und in Verträgen. Außerdem können sogenannte »Access Riders«, also Zusatzvereinbarungen, getroffen werden, die spezifische Bedürfnisse benennen und wie ihnen Rechnung getragen wird, um einen gleichberechtigten Zugang zur Arbeit zu gewährleisten. Auch hier ist die Haltung wichtig. Es geht nicht um »Extrawürste« für Diven, sondern darum, Menschen mit besonderen Bedarfen die Mitarbeit an Dokumentarfilmprojekten überhaupt erst zu ermöglichen.

Im Produktions- bzw. Firmenmanagement können Listen[31] geführt werden, die bei Bedarf helfen, rasch auf eine Vielzahl unterschiedlicher Personenkreise zurückgreifen zu können. Der Aufbau einer solchen Liste kann sich aus Branchentreffen ebenso speisen wie aus Initiativbewerbungen, für die es zum Zeitpunkt der Bewerbung keine Beschäftigungsmöglichkeit gab.

Zu den Produktionskosten sollten in der Kalkulation Posten zum Beispiel für Barrierefreiheit, Sensitivity Reading, Assistenz/en, sowie ein höherer Zeitaufwand für Producer*in, Autor*in und Regisseur*in eingeplant werden. Dies ist auch wichtig vis-à-vis den Finanzierer*innen und Auftraggeber*innen, die sich zwar gerne mit der Vielfalt schmücken, aber die Kosten nicht ungefragt tragen. Wie eingangs geschrieben, bedarf es einer gemeinsamen Anstrengung aller Akteur*innen, um damit erfolgreich zu sein.

Vielfalt ist eine gesellschaftliche Realität. Viel zu lange wurde sie übersehen und insbesondere in der deutschen Dokumentarfilmlandschaft höchstens als ein Thema verstanden, *worüber* Filme gemacht wurden. Ein klares Ziel von uns Filmschaffenden sollte aber sein, Vielfalt als einen selbstverständlichen Teil unserer Gesamtgesellschaft zu verstehen und danach zu handeln: in unseren Unternehmen, in unseren Projekten und in der Zusammenstellung unserer Teams.

Dr. Sunju Choi ist Medienaktivistin und Diversitätsberaterin. Als Vorstandsmitglied von Vielfalt im Film, e.V., neue deutsche organisationen und korientation engagiert sie sich für mehr Vielfalt und Teilhabegerechtigkeit in Kultur und Politik.

Susanne Dzeik arbeitet als Kamerafrau, Regisseurin, Produzentin. Als Politologin, Vorsitzende des docfilmpool und Vorstand von docfilm42 e.V. verfügt sie über fundierte medienpolitische Erfahrungen.

---

30 Diskriminierung wegen einer körperlichen oder psychischen Beeinträchtigung oder aufgrund von Lernschwierigkeiten. Siehe auch Buchner et al. 2015.

31 Unter Berücksichtigung der geltenden Datenschutzbestimmungen.

Sonya Winterberg ist Medienwissenschaftlerin (MA), Regisseurin und Publizistin. Ihre Arbeitsschwerpunkte sind Krieg, Trauma, soziale Gerechtigkeit und Integration.

Literatur und Verweise

Agneskirchner, Alice; Langer, Jörg: »Untersuchung der AG DOK zur beruflichen Situation von Dokumentarfilmautoren und Dokumentarfilmregisseuren (m/f)« (2012)

Ahyoud, Nasiha; Aikins, Joshua Kwesi; Bartsch, Samera; Bechert, Naomi; Gyamerah, Daniel; Wagner, Lucienne (2018): Wer nicht gezählt wird, zählt nicht. Antidiskriminierungs- und Gleichstellungsdaten in der Einwanderungsgesellschaft – eine anwendungsorientierte Einführung. In: Vielfalt entscheidet – Diversity in Leadership. Citizens For Europe (Hg.), Berlin.

Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz vom 14. August 2006 (BGBl. I S. 1897), das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 23. Mai 2022 (BGBl. I S. 768) geändert wurde.

Charta der Vielfalt. Für Diversity in der Arbeitswelt: https://www.charta-der-vielfalt.de/ueber-uns/ueber-die-initiative/die-urkunde-im-wortlaut/

Dhami, Amir: The Capitalization of Diversity within the Film Industry in: Sociology Mind Vol.11 No.3, July 27, 2021

Gächter, A. (2022). Diversity Management als Anti-Diskriminierungsstrategie. In: Scherr, A., El-Mafaalani, A., Reinhardt, A.C. (eds) Handbuch Diskriminierung. Springer Reference Sozialwissenschaften. Springer VS, Wiesbaden.

Hißnauer, Christian: »Fernsehdokumentarismus.« Konstanz: UVK 2011

Jantschek, Ole (2019): Geschützte Räume, kontroverse Räume – Politische Bildung in einer Gesellschaft der Diversität. In: Journal für politische Bildung 3/2019, S. 34–38 sowie Rudolf, Beate (2017): Teilhabe als Menschenrecht – eine grundlegende Betrachtung. In: Diehl, Elke (Hg.): Teilhabe für alle?!, Lebensrealitäten zwischen, Diskriminierung und Partizipation. Bonn. Bundeszentrale politische Bildung/bpb. Schriftenreihe (bD. 10155), S. 3

Neue Deutsche Medienmacher*innen (2022): Welche Gesellschaft soll das abbilden? Mangelnde Vielfalt in Rundfunkräten und was dagegen hilft«, Studie der Neuen Deutschen Medienmacher*innen: https://mediendiversitaet.de/fileadmin/user_upload/20220803_Studie_Rundfunkraete_NdM.pdf

Prommer, E. (2015): Qualitative Fernsehforschung. In: Averbeck-Lietz, Stefanie/Meyen, Michael (Hg.): Handbuch nichtstandardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer VS.

Teilhaben, Teilsein. Diskriminierungskritische Perspektiven auf Teilhabe und Repräsentanz in der postmigrantischen Gesellschaft. neue deutsche organisationen – das postmigrantische netzwerk e.V. (Hg.), Berlin.

Teil 3: Mehr Vielfalt durch umfassende Reformen bestehender Strukturen

Redaktionen beim öffentlich-rechtlichen Fernsehen

Was sie waren, was sie sind und was sie in Zukunft sein könnten

Sabine Rollberg

Bis an ihr Lebensende wusste meine Mutter nicht, was unter dem Beruf einer Redakteurin bei einem Sender zu verstehen ist, sie nahm meinen Beruf nur wahr, wenn ich moderierte, also zu sehen oder zu hören war – was nicht zu den Kernaufgaben von Redakteuren gehört. Den Namen, der unter Redaktion auf den Abspännen – also am Ende jeden Programms – schnell über den Bildschirm huscht, merkt sich niemand und in der breiteren Öffentlichkeit weiß selten jemand, welcher Tätigkeits- und Verantwortungsbereich sich unter der Bezeichnung »Redakteur*in« verbirgt. Meine Mutter steht also mit ihrer Unkenntnis nicht allein.

Was macht eine Redaktion?

Bei Wikipedia steht, Redakteur komme aus dem Lateinischen: »redigere«, auf Deutsch »zurückführen, in Ordnung bringen«, genauer vom Partizip des Verbs redigere, also redactum, auf Deutsch zurückgeführt, in Ordnung gebracht. Sinn des Redakteurberufs könnte also sein, das von freien Autor*innen gelieferte Projekt in Ordnung zu bringen. Im Alltag eines Senders gestaltet sich das folgendermaßen: eine Autor*in hat eine Idee, schlägt diese einer Redaktion vor. Wenn die Redaktion einverstanden ist, wird der Auftrag erteilt, das Projekt in seinen Details verabredet und von Autor*in, Reporter*in oder Filmemacher *in zum Programm umgesetzt. Dort werden dann auch die ersten Ergebnisse vorgeführt und am Ende der Zusammenarbeit steht die sogenannte Abnahme, ein wesentlich wichtiger Endpunkt der Zusammenarbeit. Die Redaktion ist im Sender und gegenüber der Öffentlichkeit für die »Richtigkeit« eines Programms verantwortlich. Diese Verantwortung wird vom Intendanten oder der Intendantin als oberstem Dienstherrn an die Redaktionen delegiert. Im Sinne des Presserechts muss die Redaktion dafür geradestehen, dass die Fakten stimmen, dass es, insbesondere bei heiklen Recherchen, für diese mindestens zwei Quellen gibt, dass auf redlichen Wegen recherchiert wurde, dass

niemandes religiöses oder kulturelles Gefühl verletzt und niemand diskriminiert wurde. Das zählt zu den journalistischen und ethischen Pflichten eines Senders. Die Redaktion steht daher als für das Programm verantwortliche Instanz auf dem Abspann – das gilt auch für die Zeit nach der Ausstrahlung: Wenn sich jemand über eine Sendung ärgert, schreibt er oder sie meist an die Intendanz. Den Brief zu beantworten hat die Redaktion.

Ich bin sehr dankbar, die Tätigkeit einer Redakteurin in Zeiten kennengelernt haben zu dürfen, als eine Redaktion ihre redaktionelle Verantwortung noch sehr frei und kreativ wahrnehmen durfte. In diesen Zeiten genügte auch oft eine kurze unbürokratische Verabredung zwischen Autor*innen und Redaktion, ein Handschlag besiegelte ein neues Projekt. Gegenseitiges Vertrauen und Wohlwollen war die Grundlage der Zusammenarbeit. Autor*innen der Anfangsjahre sprechen davon, dass ohne diese freundschaftlichen Bande kein gutes Programm hätte entstehen können.

Dies würde heute eher mit Misstrauen angesichts der Gefahr von Vetternwirtschaft oder Kumpanei gesehen. Inzwischen ist die Aufgabe eines Redakteurs eher die der Endkontrolle.

Aber zurück zu den Anfängen

Die Redaktion ist nicht nur gedacht als letztendlich Verantwortliche für ein Programm am Ende, sondern als der Sparringpartner des/r Autor*in während des Schaffensprozesses, um das bestmögliche Ergebnis zu erzielen. Eine gute Redakteur*in hat das Ziel, die Autor*innen zu beflügeln, zu inspirieren, anzuregen, das Thema optimal zu gestalten. Die Redaktion soll darauf achten, dass wichtige Fragestellungen nicht außer Acht gelassen, neue Gesichtspunkte berücksichtigt werden. Redaktion und Autor*innen sollten Gesprächs- und Ansprechpartner*innen für alle Fragen und Probleme sein, um dem Autor die Recherche und Produktion zu erleichtern. Die Redaktion sollte möglichst genauso viel über das Thema wissen, wie die Autor*innen, um auf Augenhöhe miteinander zu sprechen und auch, um Autor*innen vor möglichen Fehlern zu bewahren. Die Redaktion soll begleiten, beschützen, es muss ein gegenseitiges, offenes Vertrauensverhältnis bestehen. Die Redaktion muss für das Projekt die Zustimmung der Vorgesetzten einholen, er/sie muss es also dort pitchen und vertreten, denn es braucht ja für die Bewilligung eines Projektes die Unterschriften der oberen Hierarchien. Das war auch schon früher so. Aber damals ging es unkomplizierter und schneller.

Wenn es ein Problem gab, etwa eine Programmbeschwerde, dann stand die Intendanz, wo die Beschwerde ja meist eingeht, hinter der Redaktion und verteidigte den Beitrag. Die Geschäftsleitung ging davon aus, dass hier kompetente Leute am Werk waren, die nach bestem Wissen und Gewissen gehandelt hatten. Ein Fall, wie

das »Omagate«, wo der WDR-Intendant ohne Rücksprache mit der Redaktion in eine Radiosendung seines Hauses hineintelefonierte und einer vermutlich politisch gesteuerten Social Media Kampagne Recht gab, wäre früher undenkbar gewesen. Und das nicht, weil es früher keine Social Media gab: Redakteure hatten eine starke Position im Sender, waren früher auch weitgehend solidarisch miteinander. Sie wählten sieben Vertreter*innen in ihre Redakteursvertretung. Wenn diese zu den Redakteursversammlungen einluden, waren die Säle randvoll, die Geschäftsleitung lauschte und ein echtes Interesse an Äußerungen und Kritikpunkten von Redaktionsseite war zu spüren. Schließlich waren viele Programmhierarchen selbst einmal Redakteure und wollten gutes Programm machen. Die Redakteursvertretung ist das Bindeglied bei Programmkonflikten zwischen Redaktion und Autor*innen und der Hierarchie. Der WDR war der erste Sender in der ARD, der sich ein Redakteurs-Statut gegeben hat. Im Jahr 1987 wurde es verabschiedet:

> »Der WDR ist als Medium und Faktor des Prozesses freier Meinungsbildung Sache der Allgemeinheit. Der WDR erfüllt seinen Programmauftrag im Rahmen seines Selbstverwaltungsrechts in eigener Verantwortung, insbesondere durch die berufliche Qualifikation und Funktion seiner Programmmitarbeiter(innen). Die im Sendegebiet bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Kräfte und Gruppen gewährleisten die eigenverantwortliche Erfüllung seiner Aufgaben nach Maßgabe der Bestimmungen des WDR-Gesetzes.«[1]

Der WDR ist dem Grundgesetz und dem eigenen WDR- Gesetz verpflichtet. Er muss die im Sendegebiet bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Kräfte in seinem Programm spiegeln. Sicherlich kommt in meiner Erinnerung hinzu, dass ich selbst jung, engagiert, voller Tatenkraft war, aber das in meiner Wahrnehmung Entscheidende, was ich im Vergleich zu heute beobachten kann, war, man ließ uns Redakteur*innen machen. Wenn ich eine Idee hatte, hieß es: »Probiere es aus!« Es war eine kreative Atmosphäre, es durfte – Stichwort Fehlerkultur – auch mal was schief gehen. Vielfalt und Innovation waren wichtiger als Gefallen um jeden Preis.

Die Medienlandschaft hat sich inzwischen grundlegend verändert. Meine positiven Erfahrungen stammen aus den 1980er und frühen 1990er Jahren, als man jeden Monat eine neue Sendung entwickelte und auf keinen Fall im Stillstand verharren wollte. Als nach Abnahmen in Schneideräumen noch kreativ und auch oft mit Wein und Käse zusammengesessen und Ideen für neue Programme gemeinsam entwickelt wurden. Die Schneideräume waren einst kreative Keimzellen des Senders, persönlich einer Editor*in zugeordnet. Sie wurden um die Jahrtausendwende »kollek-

1 https://wdr-dschungelbuch.de/knowledge-base/das-wdr-redakteursstatut/ (aktuell zuletzt am 24.06.2023)

tiviert«, also zu einem Pool, kein Cutter hatte mehr einen eigenen Schneideraum. Aus räumlichen und ökonomischen Gesichtspunkten war das sicher sinnvoll und effektiv, aus atmosphärischen und programmlichen Perspektiven jedoch nicht zielführend. Diese Auflösung der persönlichen Schneideräume habe ich im Rückblick oft als eine Zäsur im Sender empfunden. Kreativität braucht nicht nur gedankliche Freiräume, sondern auch geschützte Räume als physische Orte.

Es war bis dahin eine recht konkurrenzlose Zeit, ohne private Medien, ohne Internet. Es gab auch Kritiker, die diese Zeit »Redakteursfernsehen« nannten. Darin schwingt der Vorwurf mit, dass Redakteur*innen gewissermaßen Sendungen für sich und ihre Freunde machten. Es gab sicher auch viel Negatives, wie Machtmissbrauch, Ressourcenverschwendung, Günstlingswirtschaft oder mangelnde Diversität.

Mit der wachsenden Konkurrenz der privaten Anbieter, entschied man Anfang der 1990er Jahre in den ö/r Sendern, dass es wichtig sei, mehr Publikum zu haben, bzw. die Zuschauer nicht an die private Konkurrenz zu verlieren. Insofern hörte man nach und nach auf, Spezialinteressen zu bedienen, denn nur Minderheiten schätzen Jazz oder Ballett, wichtig war die Masse. Also löste man die Fachredaktionen auf. Eine Redakteur*in die noch gestern zum Beispiel ein Experte für Fragen des globalen Südens war, musste morgen ins Landesstudio Düsseldorf wechseln. Universalisten, Generalisten waren nun gefragt und keine Experten für Spezialthemen. Für die Geschäftsleitung war das vorteilhaft. Expert*innen ließen sich in den Gründerjahren der Sender von den Hierarchien nicht so leicht in ihr Programm hereinreden. Sie hatten ja durch ihr Fachwissen Argumente auf Lager, warum sie eine Programmentscheidung so oder so gefällt hatten. Mit dem fehlenden Fachwissen konnte von oben leicht ein Programm in vielen Aspekten verändert werden. Es gab dagegen keinen Widerstand mehr.

Viele Redaktionen, die in den ersten 40 Jahren der Geschichte des ö/r Rundfunks der Bundesrepublik das Rückgrat der Sender waren, haben heute Wirkungsmacht und Gestaltungskraft verloren. Angst, Inkompetenz, mangelnde Transparenz, fehlende Kommunikation und undurchsichtige Hierarchiestrukturen haben dazu beigetragen. Das macht anfällig für falsche Entscheidungen und für das Verschlafen aktueller Ereignisse. Daran krankt das System des ö/r Rundfunks. Es ist manchmal verwunderlich, dass überhaupt noch neue Programme entstehen.

Angst – wieso haben Redakteure Angst?

Rerdaktionsmitglieder sind meist festangestellt, werden ordentlich bezahlt, sie sind geschützt, denn es gibt einen Personalrat im Haus, eine Redakteursvertretung, ihre Rente ist sicher. Sie haben Privilegien, wie Urlaubsgeld, ein 13. Monatsgehalt etc. Dennoch geht eine Angst in den Anstalten um. Wenn zwei Kolleg*innen sich über ei-

nen Missstand austauschen wollen, verziehen sie sich vors Haus und schauen hinter sich, bevor sie offen miteinander sprechen. Es hat sich ein System von Günstlingen breit gemacht. Man gehört dazu oder nicht. Es gibt Cliquen um Hierarchen, wenn man da nicht dazu zählt, wird man unsichtbar, gläsern. Keiner hört einem zu, wenn man auf Konferenzen etwas sagt. Es ist einschüchternd, verletzend, wenn man so übergangen wird. Kolleg*innen bekommen das Stigma, schwierig zu sein, werden ausgegrenzt. Kurz: Man stirbt den sozialen Tod. Das halten viele nicht gut aus. Es entsteht ein Kontrollsystem des Wohlverhaltens, wie einst bei Hofe. Überall ist ein Günstling der Geschäftsleitung installiert, der zuverlässig alles nach oben meldet.

»Me-too«–Fälle waren im Kollegenkreis bekannt, lange bevor sie im Stern oder Spiegel standen. Der Redakteur, der sich – viele Jahre davor – der Opfer angenommen und Aufklärung gefordert hatte, wurde gemobbt, regelrecht krank gemacht, er wurde als Nestbeschmutzer stigmatisiert, als Querulant verleumdet. Die Art und Weise, wie er in der Betriebsöffentlichkeit von der Geschäftsleitung vorgeführt und ausgegrenzt wurde, verbreitete Angst unter den Mitarbeiter*innen, dass es ihnen genauso gehen könnte, wenn sie sich solidarisch mit ihm oder den Opfern zeigten. Es gab damals noch keine spezifischen Anlaufstellen für solche Fälle außer dem Personalrat. Auch da hieß es dann, »stell Dich nicht so an«…

Redaktionen sind vielfach mit sich selbst beschäftigt, sie nehmen daher auch kaum war, wie gefährlich und ungemütlich es für die Autoren*innen draußen im Einsatz sein kann, dass eine Autor*in oft ihre Haut zu Markte trägt, viel riskiert. Die meisten Redaktionen kommen vor lauter Bürokratie gar nicht dazu, dies auch zu bedenken. Sie sind zu sehr mit sich und ihrer Stellung im Hause beschäftigt. In diesem Klima verbreiten sich die Angstbeißer virushaft. Ein WDR-Kollege hat es mal so formuliert: Das SED-System hat im WDR überlebt.

Inkompetenz

In den Anfangsjahren des Fernsehens kamen die Redakteur*innen aus anderen Branchen: Theater, Verlage, sie waren Fachredakteure*innen und es gab – davon war schon die Rede – Fachredaktionen. In den Redaktionen arbeiteten Expert*innen für ihr Gebiet, die Entscheidungen, die sie trafen, waren auf ihrer Kompetenz aufgebaut und diese Kompetenz war auch gefragt und geschätzt. Vorgesetzte wären gar nicht auf die Idee gekommen, alles besser wissen zu wollen und in Konkurrenz mit den Redakteur*innen zu treten.

Die Redaktionen waren der Sender. Sie waren programmprägend, fühlten sich frei und waren daher offen für Innovation. Sie wagten Veränderung, ihr Ziel war es, Avantgarde zu sein und couragierte Projekte zu riskieren. Und ganz wichtig: Es gab eine gelebte und tolerierte Fehlerkultur. Doch in der Ära Pleitgen, in den 1990er Jahren, wurde die Fachredaktion abgeschafft, jeder sollte alles können, heute Service,

morgen Sport, übermorgen Landes- oder gar Auslandsstudio. Der damalige Intendant war überzeugt, so den Sender besser für die Zukunft zu wappnen. So passierte es, dass in Paris Korrespondenten eingesetzt wurden, die Le Pen so aussprechen als hieße die Familie Le Pain. Man musste nicht mehr gut die Sprache können oder gar das Land fundiert kennen. Auslands-Korrespondentenstellen wurden oft als Belohnung für genehmes Verhalten vergeben. Auch bei Führungspositionen kamen jetzt die zum Zuge, die sich unterordnen konnten und in Seilschaften bewährt hatten.

Die Auswahl der Mitarbeiter*innen erfolgte konsequenterweise sehr oft selbstreferenziell. Hierarch*innen suchten nicht mehr nach Mitarbeiter*innen, die die eigenen Defizite ergänzen konnten. Vielmehr war das Kriterium auf einmal »wer spiegelt mich am besten?«. Unerwünscht wurden Mitarbeiter*innen, die fähiger und fachlich besser waren als Vorgesetzte. Ein El Dorado für narzisstisch gestörte Personen. Souveräne Führungskräfte suchen nach kompetenten Mitarbeiter*innen. Unsouveräne fühlen sich dadurch weiter verunsichert. So setzte sich Inkompetenz von oben nach unten fort und fest. Auch hier bietet sich der Vergleich mit den Strukturen in der DDR an: Wer sagt, der 5 Jahresplan sei übererfüllt, obwohl er in Wirklichkeit gescheitert ist, wird befördert. Wer Kolleg*innen aushorcht und anschwärzt wird belohnt.

Fehlende Kommunikation

Und noch eine wichtige Funktion hat die Redaktion: Sie ist eigentlicher Ansprechpartner*in für Projekte. Doch es ist sehr schwierig geworden, mit Redaktionen überhaupt noch ins Gespräch zu kommen. Wenn man anruft, geht keiner dran, oder eine Mitarbeiter*in sagt, der- oder diejenige ist gerade in einer Besprechung. Auf Emails kommen sehr oft keine Rückmeldungen. Wenn aber spontaner und unbürokratischer Austausch nicht möglich ist, dann gehen wichtige Themen verloren.

Ein junger Absolvent einer österreichischen Filmschule, Hubert Sauper, stand im Jahr 2000 plötzlich und unerwartet vor meinem Schreibtisch im WDR und erzählte mir von einer Geschichte von Barschen im Victoriasee. Ich bat ihn – da mich das Thema fesselte – ein Exposee zu schreiben. Wir entwickelten den Stoff gemeinsam, ich brachte das Projekt zu arte und als der Film nach zwei Jahren fertig war, wurde er für die Oscars nominiert.

Ali Samadi, der heute hauptsächlich Spielfilme für Kinder macht, war ein ähnlicher Fall. Auch er kam unangemeldet in mein Büro, auch er ein damals unbeschriebenes Blatt, ein junger Filmhochschulabsolvent. Er pitchte mir einen Stoff, es ging um Kindersoldaten. Heute würde kein Absolvent einer Filmschule unangemeldet in ein Redaktionsbüro gelangen. Es gibt zwar Pitch Foren von Hochschulen und Festivals, wo man sich treffen kann, aber das Ohr einer Redaktion zu finden, ist extrem

schwierig geworden. Die Sender schotten sich inzwischen hermetisch nach außen ab und innerhalb der Sender ist die Kommunikationsstruktur so hierarchisch, dass Themen zerredet und zerstört werden. Eine Redakteur*in redet nur mit der Redaktionsleiter*in, es ist aber letztlich die Hauptabteilungsleiter*in, zwei Stufen drüber, die am Ende entscheidet, obwohl sie nur über wenige und gefilterte Informationen verfügt.

Mangelnde Transparenz

Eine Autor*in schlägt ein Projekt vor, er/sie bekommt keine Antwort, tage- wochenlang nicht, man weiß nicht, ob es überhaupt eingegangen ist, gelesen wurde und warum man keine Antwort bekommt. Es ist unklar, wer entscheidet. Die angesprochene Redakteur*in oder die Redaktionssitzung oder darüber geschaltete Koordinator*innen, die man aber als Autor nie zu Gesicht bekommt? Oder aber deren Abteilungsleiter*in oder Hauptabteilungsleiter*in? Wo landen die Argumente, mit denen man sein Projekt unterfüttert? Wie und aus welchen Gründen wird entschieden? Wenn man eine Antwort bekommt, heißt es meistens: hatten wir schon oder haben wir gerade in Arbeit, also sehr standardisierte Absagen, wie »keine Sendeplätze mehr« oder »Budget für dieses Jahr ausgeschöpft«.

Es gibt eine Verabredung, mit der Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm (AG DOK), dass Redaktionen innerhalb von vier Wochen antworten müssen, warum Programmvorschläge abgelehnt wurden. Wer die Entscheidung getroffen hat und meist auch die Gründe dafür, bleiben nach wie vor oft undurchsichtig. Man könnte manchmal denken, dass Redakteure*innen Fleißkarten dafür bekommen, wenn sie möglichst viele Absagen pro Tag ausgesprochen haben? Redakteur*innen haben oft den Eindruck, sie finanzieren die Hobbies von Filmemacher*innen, denn sie sitzen selbst bei schönstem Wetter drinnen und die Filmemacher dürfen an der frischen Luft sein. Es herrscht ein unterschwelliger Neid auf die vermeintliche Freiheit der anderen. Redakteure haben vielfach das Gefühl, die Hobbies von anderen Leuten verwirklichen zu müssen.

Hierarchien

Während die Digitalisierung in vielen Industriezweigen dazu geführt hat, dass Hierarchien flacher und horizontaler geworden sind, bewegten sich die ö/r Anstalten in den letzten Jahren in die entgegengesetzte Richtung. Sie wurden hierarchischer. Dafür ein marginales, aber signifikantes Beispiel. Es hat sich eingebürgert, dass auch noch die Leitung der Sendung zusätzlich zum Namen einer Redakteur*in auf dem Abspann steht. Dies ist nicht nur überflüssig, sondern auch unzulässig,

denn die Redakteur*in ist presserechtlich verantwortlich. Dies gehört also zu den vielen Degenerationserscheinungen eines Berufsstandes, der zunehmend von wachsenden Hierarchiestrukturen zermalmt wird.

Die Anstalten, vor allem der WDR, sind also hierarchischer, vertikaler geworden. Monika Wulf-Mathies hat in ihrem Gutachten nach dem Bekanntwerden von Missbrauchsfällen von intransparenten Machtsilos gesprochen. Daran hat sich auch nach der Veröffentlichung des Gutachtens im Jahr 2018 laut Auskunft der Personalvertretung wenig geändert. Vielmehr ist seitdem noch ein zentraler Newsroom entstanden. Das heißt in einer Art Zentralkomitee wird von sehr wenigen Leuten entschieden, was würdig ist als Nachricht verbreitet zu werden und was nicht. Eine solche Konstruktion produziert zwangsläufig Fehler. Und selbst das Desaster mit der Ahr-Berichterstattung – der genannte Newsroom hat das Hochwasser in der ersten Nacht ignoriert – hat nicht zu einem Umdenken oder personellen Konsequenzen geführt. Auch der Beginn des russischen Überfalls auf die Ukraine im Februar 2022 wurde im wahrsten Sinne des Wortes: verschlafen. Der Newsroom hat die zuständige Korrespondentin in Moskau nicht aufgeweckt. Das Günstlings-System verhindert das. Wenn die kleine Entscheider-Hierarchie nichts macht, dann traut sich eben auch niemand sonst, etwas anderes zu fordern. Kolleg*innen, die dieses Vorgehen kritisieren, werden ausgesondert, ihrer Aufgaben entledigt, aufs Abstellgleis gestellt, abgestempelt. Das ist unangenehm, die Beispiele sprechen sich herum. Niemand möchte, dass es einem selbst so widerfährt. All diese langwierigen, undurchsichtigen Entscheidungswege, die oft zu Sackgassen werden, sind eine ungeheure Energieverschwendung. Viele Redaktionen machen sich das nicht klar, weil sie selbst selten als freie Autor*innen und Produzent*innen gearbeitet haben. Sie selbst werden regelmäßig jeden Monat bezahlt. Was das für Freie bedeutet, bedenken sie meist nicht.

Ein Beispiel: Der Autor Florian Opitz kam in Nigeria ins Gefängnis. In seinem Film sollte es ums Öl und wer daran verdient gehen. Seine Vertrauensleute, waren am Tag seiner Ankunft plötzlich auch inhaftiert worden, keiner wusste warum. Dem Autor war es noch gelungen, die Redaktion anzurufen. Diese informierte sofort die deutsche Botschaft, die besorgte einen Anwalt in Arusha, der forderte erst mal 15.000 Dollar, bevor er aktiv werden würde. Die Redaktion konzertierte Filmstiftung, Produktionsfirma und den Verwaltungsdirektor im WDR und sie einigten sich in einer schnell zusammen getrommelten Telefonschalte, dass jeder 5000 Euro für den Anwalt bezahlen würde. Es musste alles schnell gehen. Die Redaktion hat später eine Abmahnung vom unmittelbaren Vorgesetzten bekommen, weil nicht der Dienstweg über seinen Schreibtisch eingehalten worden war. Bei einer zweiten Abmahnung wird man gekündigt. Hierarchen, die nicht das notwendige Format haben, schüren dieses Klima der Angst, sie sind unsicher und stellen um sich herum nur Mitarbeiter*innen ein, die noch schwächer sind als sie selbst.

Lichtblicke

Es gibt auch heute noch noch wunderbar engagierte Redakteur*innen. Manche bedanken sich, wenn man zu ihnen als Autor*in mit schönen Projekten kommt. Es soll nicht verschwiegen werden, dass so etwas noch vorkommt. Aber sie sind eine schwindende Spezies. Und es soll auch nicht unerwähnt bleiben, dass es Inseln der Hoffnung gibt, bei Funk, um nur ein Beispiel zu nennen. Traurig ist jedoch, dass solche Veränderungsprozesse nicht aus innerer Überzeugung erfolgten, sondern weil in der Anfangszeit der Streaming Plattformen die Konkurrenz hier anfangs viel freier, schneller und unbürokratischer agieren konnnte.

Fazit

Redaktionen haben viel an Gestaltungsmöglichkeit und Einfluss verloren, auch an Macht und Kompetenz. Wenn ein Programm eine hohe Einschaltquote bekommen hat, verlangt der Nächste in der Hierarchie »more of the same«, also das gleiche Programm noch mal. Innovation und Kreativität werden nicht gefragt, denn das Publikum, so die Annahme, sei ja inzwischen auch nicht mehr daran gewohnt und verlangt offenbar ebenfalls das immer Gleiche. Redakteur*innen sind heute häufig kaum noch in der Lage, über Dramaturgie und Inhalt einer Sendung zu diskutieren, es wird auch nur noch selten darüber gesprochen. Eine Sendung war gut, wenn sie von vielen gesehen wurde, und sie war schlecht, wenn die Quote gering war. Es ist eine Schimäre, zu behaupten, Redaktionen würden heute noch darüber verfügen können, welches Programm realisiert und gesendet wird. Diese Entscheidungen fallen in höheren Gefilden der Sender, uneinsehbar und intransparent. Für die Redaktionen wäre es ein nur noch marginaler Verlust, diese Entscheidung abzugeben, denn sie fällen sie ohehin nicht mehr. Macht, die man verloren hat, zurück zu gewinnen, ist sehr schwer. Insofern könnten sich Redaktionen doch auch damit anfreunden, dass die Entscheidung, welche Filme produziert werden, aus den Sendern ausgelagert werden und in andere demokratisch kontrollierbare Instanzen vergeben werden. Das in diesem Band diskutierte Konzept eines ö/r Medieninnovationsfonds könnte einen Weg dorthin weisen.

Redakteure würden sich dann auf eine Kompetenz konzentrieren können, die ihnen abhandengekommen ist: Als Partner von Autoren*innen und Filmemachern*innen könnten sie ihre Zeit und Kreativität wieder der dramaturgischen Begleitung und Beratung widmen, dazu beitragen, dass innovative, erfrischende, überraschende sehenswerte Filme entstehen, die die Existenzberechtigung und Notwendigkeit eines öffentlich- rechtlichen Mediensystems unter Beweis stellen.

Prof. Dr. Sabine Rollberg arbeitete über 40 Jahre in ö/r Sendern. Sie begann im SWR, betreute dann im WDR nach einem Volontariat u.a.Weltspiegel, Kulturweltspiegel und Brennpunktsendungen, war ARD-Auslandskorrespondentin in den USA und Frankreich, wurde dann in den Anfangsjahren von ARTE Chefredakteurin in Straßburg und betreute als ARTE-Beauftragte des WDR Dokumentarfilme, die zahlreiche internationale Preise gewannen. Sie unterrichtete 10 Jahre an der Kunsthochschule für Medien in Köln und lehrt seit ihrem Ruhestand an der Freiburger Universität.

Was sagen Medienschaffende zum Thema?

Redakteur*innen auf Lebenszeit?

Warum müssen Redakteur*innen, wenn sie einmal im System drin sind, für immer drinbleiben? Viele Redakteur*innen bekommen außerhalb ihres eigenen intellektuellen Wohnzimmers gar nichts mehr mit. Vielleicht sollten sie irgendwie dazu verpflichtet werden, immer wieder mal über den Tellerrand zu gucken. Oder sie dürfen nur eine bestimmte Anzahl an Jahren innerhalb des Systems oder auf ihrer Position arbeiten.

Rotation von Redakteur*innen

Ich habe immer wieder die Idee, in einer Redaktion eine Art Rotation einzubauen, damit nicht eine Redaktionsleitung jahrelang auf ihrem Posten sitzt und die Richtung bestimmt. Ich denke daher es wäre gut, wenn man das System öffnen würde. Flachere Hierarchien. Man müsste eine Rotation einbauen. Dass jeder innerhalb der Redaktion mal die Leitung übernimmt damit eine höhere Durchlässigkeit für Ideen gegeben wäre. So könnten auch junge Leute mit neuen Ideen mal zum Zuge kommen, die noch nicht so lange auf ihrem Posten sind. Wenn man sich die fiktionalen Angebote ansieht, ich spreche jetzt einfach von ARD und ZDF zusammen, sind die doch sehr schmal aufgestellt. Und es gibt mit Sicherheit viele Ideen, die aber vielleicht nicht durchkommen aufgrund des Aufbaus der Redaktionen. Ich kann verstehen, dass die Leute gerne auf ihren Posten sitzen bleiben. Und wer mal bei den Ö/r gelandet ist, der bleibt ja meistens auch da und wartet dann genügsam auf seine Rente. Bei den privaten Sendern gibt es eine viel höhere Fluktuation, die auch nicht unbedingt

günstig ist, weil sehr oft ausgewechselt wird. Aber bei den Ö/r ist schon die Frage, ob ein Rotationsprinzip für die Ideendurchlässigkeit besser wäre.

Kann Redakteursfernsehen überhaupt noch vielfältig sein?

Insgesamt habe ich das Gefühl, dass viele Redakteur*innen oft gar nicht mehr verstehen, dass ihre Perspektive stark eingeschränkt ist. Redakteur*innen schauen ängstlich auf das Netz, weil man genau weiß, dass immer weniger ferngesehen wird. Die Leute sind in erster Linie im Netz unterwegs, sind auf YouTube oder klicken sich durch dies und das. Und das bekommen die im Sender natürlich auch mit.

Verflachung der Hierarchien

Damit eine wichtige Programm-Innovation schnell Wirklichkeit werden kann, müssen an einigen Stellen im ö/r Rundfunk Entscheidungs-Hierarchien verflacht werden. Programm-Entscheidungen sollten erst einmal zwischen Redaktion und Redaktionsleitung getroffen werden. Zumindest in der Phase des Developments. Ohne immer erst das Plazet der Programmdirektion entgegennehmen zu müssen.

Quo vadis veritas?

Wie multinationale Lobby-Verbände die unabhängigen Medien unterwandern

Ina Knobloch

»Im Maschinenraum der Götter« heißt eine Ausstellung im Frankfurter Skulpturen-Museum Liebighaus (08.03.23 – 21.01.2024). Sie zeigt die symbiotische Verbindung zwischen Kunst und Wissenschaft. In der Antike war die Voraussetzung für die Künste das Studium der Wissenschaften. Der griechische Begriff »techne« steht für alle Künste und geht vornehmlich um das Erforschen des menschlichen Geistes. Ein Herzstück der Ausstellung ist die »Camera Obscura« des arabischen Mathematikers Alhazen, sozusagen das Kino der Spätantike. Die Forschung diente der kulturellen und zivilisatorischen Weiterentwicklung der Menschen – auch mit bewegtem Bild.

Waren die Menschen in der Spätantike dem Auftrag der ö/r Anstalten näher als unsere moderne Gesellschaft? Verheddert sich der Auftrag der vierten Säule der Demokratie in Partikularinteressen und dem Wunsch, es jedem recht machen zu wollen, getrieben von Quoten, Wirtschaft und Politik? Dabei gäbe es keine besseren Zeiten als heute für den beitragsfinanzierten ö/r Rundfunk, die gespaltene Gesellschaft über einen Diskurs, unabhängig von Staat und Wirtschaft, wieder zusammenzuführen. Dafür sollten gut recherchierte Medien von qualifizierten Autor*innen das Rückgrat des Programms bilden. Kuratiert von kompetenten Redakteur*innen, die vielleicht wieder mehr Entscheidungsfreiheit bräuchten[1].Teurer müssten die Sender deshalb nicht werden.

Wir leben in Zeiten, in denen die Sozialen Medien mit vermeintlichen Wahrheiten jonglieren als seien es Akrobatikbälle, Fake-News mit Algorithmen fleißig gestreut und verbreitet und unliebsame Fakten unterdrückt werden. Sei es aus politischem oder wirtschaftlichem Auftrag, Kalkül oder einfach nur um »Beef« (Ärger) zu schüren und Klickraten hoch zu halten. Wie leicht diese Manipulation funktioniert,

---

1 Vgl. dazu auch den Beitrag von Sabine Rollberg in diesem Band.

haben die Twitter-Files offenbart und selbst Mark Zuckerberg hat zugegeben, dass bei Facebook politisch zensiert wurde.[2]

Es sind Zeiten, in denen Verunglimpfungen durch Fake-News zur Totschlag-Keule für unerwünschte Wahrheiten werden, die man so mal schnell unterdrücken kann. Gerade so, wie nach dem unter Wissenschaftler*innen beliebten Spruch: »Gib mir ein Ergebnis, ich mache dir die Studie dazu«, werden heute von selbsternannten »Faktencheckern« vermeintliche Wahrheiten nach Gutdünken, bzw. nach Willen des Finanzierers eingeordnet.[3]

Die Manipulation über die Medien ist hochkomplex geworden und aller Voraussicht nach auch mit den im vierten Medienänderungsstaatsvertrag überarbeiteten Compliance-Regeln weder fassbar noch sanktionierbar.[4]

Während hier zu Recht strengstens auf die Einhaltung des Gebots der Trennung zwischen Werbung und Redaktion geachtet wird, werden vom Staat und Lobbyorganisationen Frontmenschen und Entscheider*innen des ö/r Rundfunk für Moderationen und Vorträge oder Beratung für Millionenbeträge eingekauft.[5] Den allermeisten Kollegen*innen der ö/r Anstalten ist eine solche Praxis ein Dorn im Auge, das belegen auch interne Berichte der ARD. Das hilft allerdings wenig, für eine solche Grauzone der Einflussnahme finden sich immer gierige »Opfer«. Auch in Österreich wurde eine solche Praxis lautbar und im Gegensatz zu den geplanten Compliance-Reformen für die deutschen ö/r Anstalten, die diese Problematik nach bisherigem Kenntnisstand unberücksichtigt lassen, wollen die Österreicher das Problem an der Wurzel anpacken und verpflichten die Mitarbeitenden des ö/r Rundfunk zur

---

2 https://en.wikipedia.org/wiki/Twitter_Files, https://www.ndtv.com/world-news/facebook-censored-story-on-joe-bidens-son-hunter-biden-admits-mark-zuckerberg-3287706, https://www.nationalreview.com/news/white-house-pressured-facebook-to-censor-tucker-carlson-anti-vaccine-video/ (alle zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)

3 https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/Facebook-bezahlt-deutsche-Fakten-Checker,facebook2662.html; https://www.nachdenkseiten.de/?p=84691, https://www.nzz.ch/feuilleton/selbst-faktenpruefer-produzieren-fake-news-ld.1573295; https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/aufklaerung-ueber-fake-news-correctiv-erhaelt-geld-von-george-soros-a-1141799.html, https://www.berliner-zeitung.de/kultur-vergnuegen/was-tun-faktenchecker-an-den-moeglichkeiten-von-wahrheit-sind-sie-nicht-interessiert-li.255165, https://www.infosperber.ch/freiheit-recht/die-branche-der-faktenchecker-ist-gekauft-und-kompromittiert/ (alle zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)

4 https://www.mainzer-medieninstitut.de/oerr-reform-mehr-transparenz-mit-dem-4-medienaenderungsstaatsvertrag/ (zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)

5 https://taz.de/Von-der-Regierung-bezahlte-Journalisten/!5922574/; https://www.focus.de/politik/deutschland/hunderte-oeffentlich-rechtliche-journalisten-arbeiten-fuer-bundesregierung_id_187943870.html; https://weltwoche.ch/daily/medien-im-sold-der-regierung-200-journalisten-wurden-fuenf-jahre-lang-fuer-15-millionen-euro-gekauft/ (alle zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)

Transparenz. Doch trotz solcher Vorgaben aus der Politik scheint die Hintertür für Einflussnahme durch die Politik dennoch nie ganz geschlossen.[6]

Noch undurchsichtiger wird es bei einigen großen Produktionsfirmen: Sie arbeiten für Staat, Wirtschaft und ö/r Anstalten gleichzeitig. Beispielsweise der ARD-Promi und Welterklärer Eckard von Hirschhausen, der nicht nur hohe Beträge vom Staat für Kampagnen erhielt[7] sondern auch von der Gates-Stiftung.[8] Oder man betrachtet die Firma von Joko & Klaas, Florida TV, die u.a. eine Impfkampagne für die Bundesregierung durchführte.[9] Alles legal, aber vielleicht nicht immer legitim, vor allem wenn es um dieselben Inhalte geht. Kann ein Film von einer Produktionsfirma kritisch sein, beispielsweise zum Thema Auto, bezüglich Abgaswerte, wenn die Firma gleichzeitig Image- und Werbefilme für eben diese Firma produziert? Kann ein*e Journalist*in kritisch über die Maßnahmen eines Ministeriums berichten, wenn er*sie gleichzeitig von eben diesem Ministerium hohe vier- bis fünfstellige Summen für Vorträge oder Moderationen bekommt.[10]

In der Medizin klagt man schon seit Jahren – auch viele Ärzte*innen – über eine »Korruption« durch die Hintertür. Anders lassen sich solche Praktiken kaum bezeichnen.[11] Ärzte*innen werden von Pharmafirmen für unfassbar hohe Summen für Vorträge gebucht, zu Fortbildungen mit der ganzen Familie in Fünfsternehotels eingeladen. Oft gleich für eine ganze Woche. Und mit den vielen Gremien, in denen sie sitzen, geht es selbstverständlich auch nur in Fünfsternehotels zur Klausurtagung. Kann es dann wirklich nur Zufall sein, dass genau die Produkte derjenigen Firmen

6 https://www.derstandard.de/story/2000145909261/manchmal-schmerzt-veraenderung-sagt-medienministerin-raab-ueber-das-orf-gesetz; https://kurier.at/kultur/medien/das-medienpaket-der-regierung-ist-fertig-mehr-transparenz-mehr-qualitaet/402383435 (zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)

7 (https://sozialministerium.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/land-startet-impf-o-mat-mit-eckart-von-hirschhausen/ (zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)

8 https://www.cicero.de/themen/eckart-von-hirschhausen (zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)
https://demokratischerwiderstand.de/artikel/366/gates-kauft-hirschhausen-plus-rki; https://www.gatesfoundation.org/about/committed-grants/2021/03/inv025918 (alle zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)

9 https://www.dwdl.de/nachrichten/80258/florida_entertainment_produzierte_besondere heldenkampagne/?utm_source=&utm_medium=&utm_campaign=&utm_term= (zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)

10 https://www.deutschlandfunk.de/bundesregierung-zahlte-seit-2018-honorare-von-fast-1-5-millionen-euro-an-journalisten-100.html (zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)

11 https://www.zentrum-der-gesundheit.de/bibliothek/sonstige-informationen/weitere-informationen/korruption-im-gesundheitswesen-ia; https://www.wiwo.de/unternehmen/pharmaindustrie-korrupte-halbgoetter-in-weiss-seite-2/5212274-2.html; https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.korruption-im-gesundheitswesen-die-pharmaindustrie-hofiert-uns-aerzte.a170d0d1-1fde-4ff8-8e20-48a83e18abf4.html (alle zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)

bevorzugt verordnet werden, von denen die Ärzte*innen gebucht oder eingeladen werden. Und ist es ebenso Zufall, dass sie die Meinung der ebenfalls von der Pharmaindustrie bezahlten Gremien übernehmen, in denen sie sitzen. Ähnliche Methoden werden offensichtlich inzwischen zur Beeinflussung der Medien angewandt, vor allem der ö/r Anstalten, deren allerwertvollstes Gut das Vertrauen der Gesellschaft ist. Insgesamt sind für verschiedene Moderations- und Recherchetätigkeiten Millionenbeträge vom Staat an Journalist*innen von ö/r Sendern geflossen. Für die Jahre 2018–2022 hat der Deutsche Bundestag die Zahlen veröffentlicht – ohne Namen zu nennen – die direkt an Journalist*innen gegangen sind: Es waren insgesamt knapp 1,5 Millionen.[12] Und das ist sicher nur die Spitze des Eisbergs einer Einflussnahme, die auch über Produktionsfirmen und vor allem von der Privatwirtschaft betrieben wird.

Während jedwedes Firmenlogo, das nur rein zufällig bei Außenaufnahmen in einem Film auftaucht, weggepixelt werden muss, um Schleichwerbung zu vermeiden und Geschenke ganz verboten sind, scheint diese Art der Beeinflussung noch niemand so richtig auf dem Schirm zu haben. Hat der*die beitragszahlende Zuschauer*in kein Recht darauf, zu wissen, ob der*die prominente Journalist*in, der*die über Corona, Klimawandel, Krieg oder was auch immer berichtet, beispielsweise für Ministerien, Pharma- oder Technologiefirmen für große Summen Veranstaltungen moderiert?

Auch die Unterhaltung ist davon nicht ausgenommen, werden doch auch gerade in Satiresendungen politische Themen verhandelt. Und die Lobbyisten wissen: Menschen sehnen sich nach einfachen Lösungen und einfachen Einteilungen in Gut und Böse. Nachrichten mit diesen simplen Botschaften kommen schlicht und ergreifend besser bei der Bevölkerung an, das wussten schon die alten Römer, um den Bogen zurück zur Antike zu schlagen. Aber die Welt ist nicht so einfach einzuteilen in Schwarz und Weiß, weder bei der Corona-Krise, noch mit Blick auf den Klimawandel oder bei sonstigen Krisen gibt es einfache Lösungen. Aber sowohl der sogenannte Mainstream, als auch die Protestler präsentieren immer häufiger in einer immer komplizierter werdenden Welt einfache Lösungen und spalten damit die Gesellschaft.

Und genau dafür brauchen wir heute fast dringender denn je die ö/r Medien, um jenseits von (berechtigten oder unberechtigten) Interessen, komplexe Zusammenhänge zu erklären oder Skandale aufzudecken, Behauptungen zu hinterfragen, Ungerechtigkeiten zu thematisieren, unabhängig und investigativ. Auch in der Unterhaltung und im Fiktionalen sollen sich die beitragsfinanzierten Sender denjenigen Themen widmen, die jenseits politischer und wirtschaftlicher Interessen liegen, um

12 https://www.bundestag.de/presse/hib/kurzmeldungen-937200 (zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)

Schicksale oder komplizierte Fakten, Politik oder Wissenschaft unterhaltend aufzubereiten.

Parteien, Staat und Privatwirtschaft mögen aus ihren Partikularinteressen heraus mit einfachen Lösungen aufwarten, aber die Aufgabe des ö/r Systems ist es doch, genau diese simplen Botschaften kritisch und kompetent zu hinterfragen, statt sie unkritisch weiterzuverbreiten. Dafür brauchen die ö/r Anstalten ausreichende Etats, die es Journalist*innen ermöglichen, investigativ auch Spuren zu verfolgen, die sich nachher nicht verifizieren lassen, allein ein Anfangsverdacht sollte genügen. Auch dabei können die Zuschauer*innen mitgenommen werden. In vielen Sendungen tun dies die ö/r Anstalten auch, aber genau diese wunderbaren, individuellen, kompetenten, motivierten, kritischen Redaktionen fallen durch notwendige Einsparungen oft dem Kahlschlag zum Opfer. Kostspielig werden von staatlicher Seite immer neue Arbeitskreise/Thinktanks gegründet, um Demokratie zu stärken, der Digitalisierung vermeintlich gerecht zu werden oder junge Zielgruppen zu erreichen. Keine Frage, alles gute Ziele, aber ob es wirklich sinnvoll ist über 200 Millionen pro Jahr in demokratiefördernde Projekte zu stecken[13], anstatt die 3. und 4. Säulen der Demokratie – Justiz und Medien – zu stützen und stärken, darf hinterfragt werden. Statt die so offensichtlich notwendigen Compliance-Leitlinien von den vorhandenen Gremien in Form bringen zu lassen, muss ein neuer beitrags- und steuerfinanzierter »Thinktank« her, der jetzt Zukunftsrat heißt.[14] Dabei werden die jungen Zuschauer*innen unterschätzt, gerade gut recherchierte und aufwendige Dokumentarfilme werden auch von der »Generation Z« geschätzt. Ebenso auf aktuelle Themen bezogene Serien, wie »Der Schwarm«, auch wenn die Umsetzung sehr gespalten aufgenommen wurde.[15] Gut, dass das ZDF durchgehalten hat! Kritik und Shitstorms (auch die können bezahlt lanciert werden) haben ihren Anteil am Schwund von sensiblen politik- oder wirtschaftskritischen Inhalten. Früher haben »die Jungen« auch kaum den ö/r Rundfunk geschaut, schlicht, weil sie keine Zeit hatten und sie sich auch nicht so sehr für Nachrichten interessierten wie die ältere Generation. Die meisten Kinder durften aus guten Gründen nur sehr begrenzt Fernsehen schauen und wenn, dann vor allem die gut kuratier-

13 https://www.bundesregierung.de/breg-de/suche/extremismuspraevention-2153684 (zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)

14 https://www.sueddeutsche.de/medien/zukunftsrat-oeffentlich-rechtliche-ard-zdf-1.5752841 (zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)

15 https://www.vip.de/cms/der-schwarm-stellt-reichweitenrekord-in-mediatheken-auf-5039469.html, https://www.merkur.de/boulevard/neue-zahlen-zeigen-zdf-serie-der-schwarm-stellt-trotz-heftiger-kritik-neuen-rekord-auf-92222086.html (alle zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)

ten Inhalte des ö/r Kinderprogramms. Heute starren sie auf ihre Handys und die Mediensucht hat sich, einer neuen Studie zu Folge, bei Kindern verdoppelt.[16]

Die Digitalisierung hat also fraglos auch ihre Schattenseiten und steht überdies in Korrelation zum Klimawandel: Laut einer britischen Studie, stößt eine Stunde TikTok gucken, soviel CO^2 aus, wie 300 Kilometer mit einem Kleinwagen fahren.[17]

Von der Antike bis heute: Es liegt es an den Inhalten, an den Geschichten, wie man die Menschen erreicht. Ein bisschen mehr Mut zu den eigenen Stärken und Kompetenzen wäre bei den ö/r Anstalten wünschenswert. Auch junge, diverse Menschen lieben kluge Recherchen, Analysen und vor allem gute Dokumentarfilme. Ob sie diese dann in der Mediathek (alleine das Wort schreckt die junge Generation ab) finden, ist eine technische Frage, und ob eine pfiffige Lösung alleine aus Beitragsgeldern zu bestreiten wäre, eine andere. Aber die Beiträge künftig im Wesentlichen auf technische Lösungen, sprich Plattformtechnologie zu konzentrieren, statt die klügsten und kreativsten Köpfe zu verpflichten, könnte die Krise der ö/r Anstalten verschärfen.[18]

Dr. Ina Knobloch, geboren 1963 in Karlsruhe, ist promovierte Biologin, lebt als Filmproduzentin und freie Autorin in Frankfurt a.M. und Costa Rica. 1989 gründete sie den Tropenschutzverein Tropicaverde und widmete sich ganz dem Naturschutz, dem Filmen und Schreiben. Mehr als 100 Dokumentationen und Fernsehbeiträge produzierte und moderierte sie u.a. für ARD, ZDF und arte in den letzten 30 Jahren. Darüber hinaus schreibt sie Romane, Sachbücher und Artikel für verschiedene Zeitungen und Zeitschriften.

16 https://www.dak.de/dak/bundesthemen/dak-studie-in-pandemie-hat-sich-mediensucht-verdoppelt-2612364.html#/ (zuletzt abgerufen am 16. Mai 2023)

17 https://monde-diplomatique.de/artikel/!5793006 (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

18 https://www.welt.de/kultur/plus243760779/Twitter-Files-Koennten-Sie-uns-helfen-unseren-Biontech-Twitter-Account-fuer-zwei-Tage-zu-verstecken.html (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Wider den Durchschnitt!

Andreas Schreitmüller

Der Befund ist eindeutig: Die ö/r Sender sind durch die Konkurrenz von Netflix & Co in die Defensive geraten. Innerhalb weniger Jahre ist – nicht nur bei jüngeren Menschen – ein Meinungsklima entstanden, das den kommerziellen Streamingdiensten mehr Relevanz, Brisanz und Originalität zuschreibt als den traditionellen Sendern, die Privaten inbegriffen.

Noch scheint die Unverzichtbarkeit und damit auch die Finanzierung der ö/r Sender von den meisten politischen Parteien nicht grundsätzlich in Frage gestellt zu werden. Aber in privaten Unterhaltungen über das individuelle Freizeitverhalten wird überdeutlich: Die Programme der Online-Anbieter sind angesagt und beherrschen den Diskurs, die Programme der ö/r Sender dagegen gelten als verstaubt oder – schlimmer noch – sind gar kein Diskussionsthema mehr. Wie konnte das geschehen angesichts des gigantischen Potenzials der ö/r Anstalten an ökonomischen Ressourcen, jahrzehntelangem Erfahrungsvorsprung und vielen hochqualifizierten Programm-MacherInnen?

Die Diagnosen für diese fatale Entwicklung sind vielfältig (und oft interessengeleitet). Als da genannt werden: verkrustete Strukturen in den Sendeanstalten; eine garantierte Beitragsfinanzierung, die Sattheit und Ideenarmut zur Folge hat; politische Einflüsse von Landesregierungen und Parteien; Cliquenwirtschaft und Seilschaften etc. etc. Meist stehen politische, institutionelle, administrative oder personenbezogene Erklärungsmuster im Vordergrund der öffentlichen Debatte. Einem wichtigen Grund für die derzeitige Krise der ö/r Sender scheint mir dabei jedoch kaum Aufmerksamkeit geschenkt zu werden: Dem Durchschnitt, der als Leitbild das Denken und Handeln in den Sendern beherrscht. Ich möchte mich hier daher auf die Frage konzentrieren, wie es zu dieser alles dominierenden Durchschnittsideologie kommen konnte und welche konkreten Schritte notwendig wären, um sich von ihr zu befreien.

Es war einmal: Öffentlich-Rechtliche gegen Private

Der Zufall wollte es, dass mein Dienstantritt als ö/r Redakteur am 1. Januar 1984 auf genau denselben Tag fiel wie der Beginn des deutschen Privatfernsehens. (Mein oberster Chef damals, ZDF-Intendant Dieter Stolte, sprach später daher gern von einem »historischen Datum« für das Fernsehen in Deutschland).

Die sehr bescheidenen Anfänge in Gestalt des Kabelpilotprojekts Ludwigshafen schienen zunächst keine Gefahr für die bereits jahrzehntelang etablierten Sender ARD und ZDF darzustellen, angesichts kaum messbarer Zuschauerzahlen und eines pannengespickten, dilettantischen Programms. Das Kürzel APF für die Nachrichtensendung von SAT.1 (»Aktuell Presse Fernsehen«) wurde in der ZDF-Kantine als »Amateure proben Fernsehen« verspottet.

Im Laufe der 80er und frühen 90er Jahre setzten sich die Sender RTL plus (später ohne »plus«), SAT.1 und ProSieben aber endgültig durch und im Bewusstsein der (west)deutschen Öffentlichkeit fest, da sich das Programm schnell als aufreizender (*Tutti Frutti*), markenprägender (*GZSZ*) und, doch, doch, auch intelligenter (*RTL Samstag Nacht*) als gedacht erwies. Vor allem freilich konnten durch die von der Politik forcierte Ausweitung der technischen Verbreitungswege[1] immer größere Zuschauerzahlen generiert werden.

Ein Déjà-vu

Ich habe eine Disruption der Fernsehlandschaft durch eine neu entstandene Konkurrenzsituation also schon einmal hautnah erlebt – zumal sich das Gebäude von SAT.1 zunächst auf dem Lerchenberg in unmittelbarer räumlicher Nähe zum ZDF befand.[2] Die Reaktion seitens der ö/r Anstalten auf die Etablierung der zuvor nie dagewesenen und daher nicht gekannten Konkurrenz verlief nach meiner Beobachtung in mehreren Phasen:

Ignorieren > Belächeln > Vergleichen > Geringschätzen > Staunen > Imitieren > Reformen ankündigen >Schulterschluss mit früheren Konkurrenten suchen > Panik

Die ö/r Sender überlebten damals, trotz regelmäßig auflodernder Untergangsszenarien, ja blieben im Großen und Ganzen unverändert, wenn man von zwei Fusionen (ORB/SFB zu RBB und SDR/SWF zu SWR), vom Auftauchen und teilweise wie-

---

1 Siehe SCHWARZKOPF 1999, Band 1, S. 438

2 Als die Verfügbarkeit der terrestrischen Frequenzen nicht mehr kriegsentscheidend war, wurde 1999 das Mainzer Sendezentrum freilich aufgegeben und der Firmensitz nach Berlin verlegt, bis der Sender zehn Jahre später erneut umzog, nach Unterföhring bei München.

der Verschwinden von Derivatsendern und vor allem natürlich vom Hinzukommen der Sender in den neuen Bundesländern absieht, die aber nahtlos in die ARD eingefügt wurden.

Die Öffentlich-Rechtlichen unter Druck

Spätestens seit dem Aufkommen der Privatsender wurde die Kritik am ö/r System in Deutschland lauter und schärfer. War es bis dahin vor allem die politische Einflussnahme auf Gremien und Programm gewesen, dem sich Intendanten (Intendantinnen gab es damals noch nicht) und Programm-MacherInnen erwehren mussten, stellte sich nun immer öfter und immer vernehmlicher die Sinnfrage: Wenn die Privaten sich selbst finanzieren und vergleichbare Marktanteile aufweisen, wofür braucht es dann überhaupt noch die ö/r Anstalten? Den Widerstand aus der Politik, in Deutschland in massiver Weise hauptsächlich aus dem Lager der AfD, verspüren ö/r Sender europaweit:

Im Vereinigten Königreich stellte die sehr kurzzeitige Kulturministerin Nadine Dorries, die insofern eigene TV-Erfahrung vorweisen kann, als sie selbst schon einmal Dschungelcamp-Teilnehmerin war, kurzerhand die Existenz der BBC in Frage. Der BBC, der Mutter aller Öffentlich-Rechtlichen!

Das französische Parlament stimmte dafür, die »Redevance«, also die TV-Abgabe, die bisher zusammen mit der Einkommenssteuer einbehalten wurde, nicht weiter zu erheben. (In Frankreich musste man in der Steuererklärung bisher explizit angeben, dass man über kein Fernsehgerät verfügt, wenn man von der Zahlung befreit werden wollte und ging widrigenfalls das Risiko ein, sich eines Steuervergehens schuldig zu machen). Die zukünftige Finanzierung von France 2 und France 3 steht in den Sternen.

In der Schweiz wurde eine Volksabstimmung zur Abschaffung der Fernsehgebühren auf den Weg gebracht, die freilich überraschend deutlich scheiterte.

Die Liste der Angriffe auf das ö/r System in Europa ließe sich leicht noch weiter verlängern.

Medienmacht

Eine Gruppe amerikanischer Studierender, denen ich vor vielen Jahren einmal die Vorzüge des »public television« nahezubringen versuchte, konfrontierte mich mit der entwaffnenden Frage: »Why don't you just give the people what they want to see«. Eine Antwort ist möglich, aber kompliziert.

Gegenfrage: Wollen wir stattdessen die Macht über die Medien und die Plattformen – und damit den öffentlichen Diskurs – von sich selbst besoffenen Milliar-

dären überlassen? Einem irrlichternden Milliardär wie Elon Musk, der selbstherrlich und – ein vertrautes Mittel diktatorischer Systeme – unter Einbeziehung von Pseudo-Referenden entscheidet, wer Tweets verbreiten darf und wer nicht.[3] Oder einem sich bildungsbürgerlich gerierenden Milliardär wie dem Springer-Chef Mathias Döpfner, der nicht nur wirre Mails und Videos verschickt, sondern auch seine BILD-Redaktion anweist, die FDP zu »stärken«[4] und eine gnadenlose Kampagne gegen die Firma Adidas zu starten, weil diese in der Corona-Zeit ihre Ladenmieten nicht mehr bezahlte. Dass Döpfner selbst privat Mitbesitzer einer Immobilie ist, die deswegen Mietausfälle hatte, blieb in den Springer-Medien selbstverständlich unerwähnt.[5]

Oder einem zynischen Milliardär wie Rupert Murdoch, der seit Jahrzehnten in der britischen, australischen und amerikanischen Politik mitmischt und seinen US-Sender Fox News hemmungslos Donald Trumps Wahlbetrugslügen verbreiten ließ, intern aber per SMS bekundete, dass er selbst Trumps Behauptungen für »really crazy stuff« hielt, was er später vor Gericht einräumte.[6]

Diese drei verbindet dabei interessanterweise nicht nur ihr Milliardärsstatus, sondern auch ihre Sympathie für Populisten und ihre Verachtung für demokratische Werte.[7] Man muss keine marxistische Sozialisation genossen haben, um hier eine innere Logik zu erkennen.

---

3 »Musks Gebaren als Twitter-Eigner demonstriert derzeit einem Millionenpublikum, wie funktional das Verhältnis des radikal libertären Multimilliardärs zur Öffentlichkeit ist. ›The bird is freed‹, ›der Vogel ist befreit‹, waren die Worte, mit denen er sich selbst als neuen Chef des Messenger-Dienstes feierte. Kurz darauf ließ er den amerikanischen Ex-Präsidenten Donald Trump nach langer Sperre wieder auf Twitter zu; dann veranlasste Musk, die Accounts kritischer Journalisten zu sperren.« (Süddeutsche Zeitung 30.12.2022, S. 18).

4 DIE ZEIT Nr. 16 vom 13.4.2023

5 spiegel.de (2002), Axel-Springer-Chef Döpfner soll »Bild«-Kampagne gegen Adidas initiiert haben, 15. September, https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/mathias-doepfner-axel-springer-chef-soll-bild-kampagne-gegen-adidas-initiiert-haben-a-2b0d0502-e14d-407a-9e94-dbe5c3900365 (aktuell zuletzt am 23.09.2023). Mit fehlt keineswegs die Phantasie, mir auszumalen, was in den Springer-Medien losgewesen wäre, wenn sich in einer ö/r Redaktion eine solche Vermischung privater Interessen mit journalistischen Aktivitäten hätte nachweisen lassen.

6 theguardian.com (2023), Murdoch feared Fox News hosts went 'too far' on Trump election lie, files show, 08. März, https://www.theguardian.com/media/2023/mar/08/rupert-murdoch-fox-news-hosts-2020-voter-fraud-claims-dominion-voting-systems-court-filing (aktuell zuletzt am 23.09.2023)

7 Das gilt genauso übrigens auch für andere Milliardäre wie etwa für Peter Thiel, der derzeit allerdings über keine eigene Plattform verfügt.

Eine heikle Balance

Genau wie die Macht im Staate durch Gewaltenteilung begrenzt werden muss, damit es nicht zu autokratischen Verhältnissen kommt, darf auch die Macht über die Medien nicht in die Hände Einzelner gelangen, sondern muss durch eine delikate Balance von redaktioneller Entscheidungsgewalt und deren Kontrolle durch Unabhängige gewährleistet werden.[8]

Dafür ist das britische Modell der Medienkontrolle durch eine vielfältige Vertretung gesellschaftlicher Interessensgruppen, wie es nach dem Krieg den Deutschen zu ihrem Glück aufgezwungen wurde, eigentlich bestens geeignet. Dass dies nicht immer funktioniert, siehe den Skandal beim RBB mit seiner ungebremsten Selbstbedienungsmentalität in der Führungsetage und dem Filz zwischen Intendanz und Verwaltungsrat, spricht nicht grundsätzlich gegen das Modell. Entscheidend für das Funktionieren ist nicht, ob es zu solchen Affären kommt, sondern vielmehr, ob sie aufgeklärt und dann systematisch Konsequenzen daraus gezogen werden.

Eine zweite Front: Konkurrenz durch Streamingdienste

Noch dreht sich in Deutschland die politische Debatte im Wesentlichen um die Höhe der Rundfunkgebühr – etwa in Sachsen-Anhalt – also um die individuellen Kosten für die einzelnen BeitragszahlerInnen.[9] Doch wäre es angeraten, dass sich die Sender rechtzeitig auf stärkeren Gegenwind, wenn nicht sogar auf einen umfassenderen Sturmangriff von Seiten der Politik einstellen, denn es ist absehbar, dass sich die Lage verschärft. Neben der Tatsache, dass Beiträge bei niemandem beliebt sind und

8 Interessanterweise lernt angesichts der fragmentierten und entgrenzten Öffentlichkeit durch unregulierte Plattformen auch ein kritischer Gesellschaftsanalytiker wie Jürgen Habermas die Qualitäten der klassischen Massenmedien zu schätzen, die ihm in früheren Zeiten noch äußerst suspekt erschienen: »Die Plattformen liefern ihren emanzipierten Nutzern keinen Ersatz für die professionelle Auswahl und diskursive Prüfung der Inhalte (…).« Und: »Wer diesen Zusammenhang durchschaut, erkennt den letztlich autoritären, gegen die Grundlagen einer diskursiven Öffentlichkeit abzielenden Charakter der heute um sich greifenden Kritik an Ausstattung und Programmumfang der ö/r Sendeanstalten.« HABERMAS 2022, S. 38–67, insbesondere S. 46 und S. 67, sowie BERNARD 2022.

9 A propos Beiträge: Der 2022 verstorbene, frühere ZDF-Fernsehfilmchef Hans Janke, der wie kaum ein anderer den ö/r Gedanken präzise und anschaulich begründen konnte, hat mir einmal bei einem Abendessen vorgerechnet, dass man für die BILD Zeitung (ohne BamS), wenn man sie täglich kauft, weitaus mehr Geld ausgibt als für die Rundfunkbeiträge, nämlich monatlich über 30 €. Das ist natürlich, genau wie zwei Maß Bier auf dem Oktoberfest, derzeit 25,20 € eine freiwillige Ausgabe im Gegensatz zum Rundfunkbeitrag von 18,36 €, aber der Vergleich macht deutlich, welcher Betrag hier zur Diskussion stehen und was man im Gegenzug dafür bekommt.

daher nicht auf fortwährende Unterstützung durch die politischen Parteien gebaut werden kann, kommt nun noch hinzu, dass sich das oben erwähnte Meinungsklimas für die ö/r Anstalten immer ungünstiger gestaltet. Dieses wiederum wird wesentlich dadurch beeinflusst, dass jeder und jede inzwischen Erfahrungen mit alternativen Angeboten, nämlich den Streamingdiensten wie Netflix, Prime Video, Disney+, Apple TV+ oder WOW machen konnte. Und der Vergleich mit den Streaming-Anbietern fällt für die traditionellen Sender immer häufiger nicht sehr schmeichelhaft aus.

Fetisch »Durchschnittlicher Marktanteil«

Ende 2020 gab ich anlässlich meines Abschieds von ARTE der Süddeutschen Zeitung ein Interview, das mit folgender Schlagzeile betitelt wurde: »*Der Kern allen Übels: Die Quote*«.[10] Das konnte nun so wirken, als lehnte ich grundsätzlich die Messung von Zuschauerakzeptanz ab. Eine solche Geisteshaltung wird ö/r Redakteuren, namentlich denen von inhaltlich ambitionierten Sendern und Programmsparten, ja gerne unterstellt. Aber das ist nicht der Punkt, denn ich habe noch nie eine Programmverantwortliche oder einen Programmverantwortlichen kennengelernt, die oder der sich nicht ein möglichst großes Publikum für die mit großem Aufwand und Liebe zur Sache erstellten Programme wünscht.[11]

Aus meiner Sicht ist der Kern allen Übels vielmehr die Verengung des Blickwinkels in den Planungsabteilungen und Leitungsebenen der linearen Sender, die Sucht nach möglichst großen durchschnittlichen Marktanteilen und, damit Hand in Hand gehend, die panische Angst vor – mutmaßlich – riskanten Programmen.[12]

Was heißt »Quote« eigentlich genau?

An dieser Stelle muss ich kurz einige Begrifflichkeiten klären, die in der öffentlichen Diskussion (nicht in den Medienforschungsabteilungen der Sender!) häufig vermengt werden.[13]

---

10 Süddeutsche Zeitung 31.12.2020

11 Siehe hierzu ausführlicher SCHREITMÜLLER 2012.

12 Auch der allgegenwärtige Musikteppich bei Dokumentationen und Fernsehfilmen zeugt von dieser ständigen Sorge, Publikum zu verlieren. Ebenso das barbarische Beschneiden hochemotionaler Filmenden oder die verkrampften Hinweise auf das komplett heterogene Folgeprogramm. Der Popanz »Audience Flow«, von dessen Nichtexistenz jede(r) aus eigener Nutzungserfahrung weiß, ist nicht totzukriegen.

13 Meiner ARTE-Kollegin Nicoletta Pittner bin ich für wichtige Informationen zur Medienforschung zu Dank verpflichtet.

- »Reichweite« ist ein sehr unspezifischer Begriff. Wenn von »großer Reichweite« gesprochen wird, heißt das ganz einfach, dass ein Programm viele ZuschauerInnen hatte.
  »Zuschauerzahl« und »Sehbeteiligung« geben die durchschnittliche Anzahl von Personen an, die ein Programm unter Berücksichtigung der individuellen Sehdauer angeschaut haben
- »Marktanteil« und »Einschaltquote« beziehen sich auf die Konkurrenzsituation«, da mit ihm ermittelt wird, welchen Anteil ein Programm an derjenigen Zuschauerschaft hat, die zu einem bestimmten Zeitpunkt den Fernseher eingeschaltet hat.

Um dies durch ein Beispiel zu veranschaulichen: Ein Programm, das um 24 Uhr von 1 Million Menschen in Deutschland gesehen wird, weist logischerweise einen höheren Marktanteil auf als ein Programm, das dieselbe Zahl von ZuschauerInnen um 20 Uhr erreicht. Ganz einfach, weil zur Primetime um 20 Uhr insgesamt weit mehr Menschen fernsehen als um Mitternacht.

Reichweitenangst[14]

Es ist, so meine Überzeugung, die Fixierung auf den durchschnittlichen Marktanteil, die den Eindruck von Uniformisierung, Banalisierung und Nivellierung erzeugt, dagegen aber jeglicher Form von Grenzüberschreitungen, Konventionsbrüchen, Provokationen, Innovationen, Überraschungen und Extravaganzen im Wege steht, also genau dem, was ein Programm sexy macht.

Ich spreche bewusst vom »Eindruck«, den viele von den ö/r Sendern haben. Denn es gibt bei ARD und ZDF, den Dritten Programmen, auf 3sat, phoenix und ARTE ja hervorragende Programme in Hülle und Fülle. Aus dem Gedächtnis hier einige Beispiele aus jüngerer Zeit[15] von Programmen unterschiedlichster Genres (berufsbedingt allerdings mit einem Schwerpunkt auf Unterhaltung und Fiction), fast ausnahmslos alle von ZDF, ARD und ARTE (ko)produziert:

»Zeiglers wunderbare Welt des Fußballs«, »Reeperbahn Spezialeinheit FD65«, »Merz gegen Merz«, »Kroymann«, »Born in Evin«, »Die Carolin-Kebekus-Show«, »Afrikas neue Museen«, »ZDF Magazin Royale«, »Kurzstrecke mit Pierre M. Krause«, »Geheimsache Katar«, »Das Begräbnis«, »Der letzte Wille«, »Die Royals und die Nazis, (ZDF-History)«, »Der schönste Junge der Welt«, »Neuland«, »Teheran Tabu«,

---

14 Der Begriff steht eigentlich für etwas völlig anderes (nämlich für die Sorge, dass die Akkus von E-Autos, Smartphones etc. nicht lang genug durchhalten, siehe MÜGGENBURG 2021). Aber er passt wunderbar.

15 Um nicht immer auf die Klassiker aus guter alter Zeit à la »*Kir Royal*« zurückgreifen zu müssen.

»Familie ist…?«, »Die Maginot-Linie«, »Toni, männliche Hebamme«, »Being Jan Ullrich«, »Stalingrad – Stimmen aus Ruinen«, »HIP«, »The Tourist«, »Der Tatort-Reiniger« (vor allem die Folge mit den Filzgleitern…), »Hyperland«, »Filmgorillas«, »Der Waldmacher«, »Kranitz – Bei Trennung Geld zurück« und und und.

Das ist eine großartige Vielfalt, auf die man stolz sein könnte und für die man viel mehr trommeln müsste. Denn das tatsächliche Angebot ist das eine. Etwas ganz anderes ist dessen Wahrnehmung.

Netflix: Image und Substanz

Netflix hat im alltäglichen Gespräch mit Freunden und Freundinnen, mit Kollegen und Kolleginnen und in der Familie das Image, moderner und attraktiver zu sein und die aufregenderen Programme anzubieten als der Rest der Welt. Im politischen Diskurs gibt es oft die billige Ausrede: »Der Inhalt ist gut, er wird nur schlecht verkauft«. In diesem Fall, beim Angebot der Öffentlich-Rechtlichen, ist die Aussage jedoch zutreffend. Inhalt und Image stehen in einem grotesken Missverhältnis. Wenn man das folgende, bemerkenswerte Zitat der FilmexpertInnen der Süddeutschen Zeitung heranzieht, kann man diese Diskrepanz umgekehrt durchaus auch auf Netflix beziehen:

> »Irgendwann wird man auf die Filmgeschichte zurückblicken und merken, dass die größten Namen ihre schlechtesten Filme für Netflix gemacht haben. Jeder dieser Filme ist für sich genommen immer noch besser als das Gesamtwerk der Marvel Studios. Aber was zum Beispiel Martin Scorseses ›The Irishman‹, Spike Lees ›Da 5 Bloods‹ und ›The Ballad of Buster Scruggs‹ der Coen-Brüder verbindet, ist der Mangel an Kohärenz, Timing und Tempo sowie eine künstlerische Selbstverliebtheit bis hart an die Grenze der Arroganz. So fallen auch die Netflix-Filme mit dem Genialitätsvorschuss in ihrem Mittelmaß aus dem Gesamtwerk der Legenden.«

Und auch die Erfahrungen des israelischen Schriftstellers Etgar Keret gießen Wasser in den Netflix-Wein:[16]

> »Ich habe mit meiner Frau eine Mini-Serie für Arte gemacht mit dem französischen Schauspieler Mathieu Amalric, der in einigen Wes-Anderson-Filmen oder bei James Bond mitspielte. Ein Grund, warum Netflix nicht zusagte, war, dass sie glaubten, die Serie würde nicht mit ihrem Algorithmus funktionieren.«[17]

---

16 Süddeutsche Zeitung 20./21. August 2022

17 Süddeutsche Zeitung 10. Mai 2023

Das bedeutet nicht, dass man sich als ö/r Sendermensch in aller Ruhe zurücklehnen sollte und warten, bis sich der Mythos Netflix von selbst erledigt hat. Vielmehr könnte es eine Motivation sein, nicht in Schockstarre zu verfallen, sondern die Stärken und Schwächen der Streamer genau zu analysieren und von ihnen zu lernen, wie sie es schaffen, attraktive Programme nicht nur zu kreieren, sondern mit diesen auch einen Image-Mehrwert zu erzielen.

Unsichtbare Programme

Leider werden die Highlights im Angebot der ö/r Sender aber von vielen NutzerInnen nicht gefunden oder gar nicht erst vermutet. Im linearen Programm sind die oben genannten Programme für einen Großteil der arbeitenden Bevölkerung nicht zugänglich, da sie nicht vor 22 oder 23 Uhr ausgestrahlt werden. Man traut ihnen wohl keine große Publikumsresonanz zu, macht sie im Wortsinne unschädlich, da sie zu später Stunde schon rein arithmetisch nur wenig zum Gesamtdurchschnitt des Senders beitragen.[18] Risikominimierung auf Kosten der Attraktivität.

Die Standardrechtfertigung der Sender für diese Praxis lautet: Die Sendezeit spielt keine Rolle, da die Programme ja auch in der Mediathek abrufbar sind. Aber zum einen sind nicht alle Programme tatsächlich online verfügbar.[19] Zum anderen sind diese Programme online in der Regel nur schwer auffindbar: Sie werden kaum oder nicht beworben, sind selten auf der Startseite zu finden und es bedarf eines erheblichen Aufwands an Klicks und Scrolls, um sie überhaupt aufzuspüren. Da für sie linear keine große Quote prognostiziert wird – so die Logik – sind oft auch die Erwartungen an die Online-Nutzung gering.

Es handelt sich dabei jedoch um einen klassischen Zirkelschluss: Weil unkonventionellen, extravaganten, provokativen Programmen wenig Erfolg zugetraut wird, werden sie von der Programmplanung und vom Marketing nicht in den Vordergrund gerückt, wenn nicht sogar versteckt, und, welch Wunder, dann auch tatsächlich weniger geschaut. Die Konsequenz: Trotz der Fülle von präzise recherchierten, phantasievollen, aufregenden und herausfordernden Programmen (in der ARD Mediathek können derzeit fast 200.000 Programme abgerufen werden)[20] herrscht der Eindruck vor, dass das ö/r System nichts zu bieten hat.

---

18 Nicht die Marktanteile, sondern die absoluten Zuschauerzahlen werden addiert und erst dann wird die Berechnung des Marktanteils vorgenommen.

19 Insbesondere, aber nicht nur, wenn sie sich in den Tentakeln der FIFA befinden. Auch bei Spielfilmen, namentlich Produktionen der US-Majors verfügen die Sender oft nicht über die Online-Rechte.

20 Mitteilung von Benjamin Fischer, Leiter von ARD Online. Natürlich sind hier auch diverse Kurzformate, regionale Inhalte, Magazinbeiträge und Lizenzware mitgezählt, aber trotzdem!

Linear vs. Online

Es gibt keine Podiumsdiskussion, keine Festrede und kein Grundsatzpapier unter Beteiligung ö/r Verantwortlicher, in denen nicht darauf hingewiesen wird, wie wichtig es ist, dass die Programme – zusätzlich oder exklusiv – online verfügbar sind. Selbstverständlich werden in den Programmredaktionen und in den Senderhierarchien seit Jahren auch die Abrufzahlen der Online-Angebote zur Kenntnis genommen und analysiert. Aber eben getrennt von den linearen Reichweiten. Es gibt keine überzeugende Lösung für das Problem, wie die beiden Zahlenwerte zueinander so in Beziehung gesetzt werden könnten, dass sie ein Gesamtbild ergeben. Wie man hört, ist geplant, ab 2024 einen sogenannten »Marktstandard Bewegtbild« zu etablieren, der einen Überblick über die lineare wie Online-Nutzung ermöglichen soll. Das Problem der Unvergleichbarkeit von linearer und nicht-linearer Nutzung ist aber vermutlich unlösbar. Denn die Inkompatibilität liegt schon ganz banal darin begründet, dass bei der linearen Ausstrahlung der Zeitpunkt der Nutzung festliegt, während Online-Angebote per definitionem zeitversetzt genutzt werden. Ab wann wird dann ein Programm als »gesehen« gewertet? Am Tag danach? Innerhalb einer Woche? Oder erst zum Ende des Rechtezeitraums? Informell hat man sich auf den Zeitraum von zwei Wochen geeinigt – was nur eine von vielen willkürlichen Festlegungen der Marktforschung ist. Aber wen bitte interessiert eine Erfolgsmeldung zwei Wochen nach der Premiere?

Auch ist bei der herkömmlichen Quotenmessung die Sehdauer von entscheidender Bedeutung. Im Sekundentakt wird in den Testhaushalten (in Deutschland sind dies 5.000 Haushalte mit insgesamt ca. 11.000 Personen) gemessen, wer wann welches Programm eingeschaltet hat (ob er oder sie auch tatsächlich schaut, ist noch einmal eine ganz andere Frage). Wenn es also heißt, dass ein Programm von 1 Million ZuschauerInnen gesehen wurde, können es sehr wohl auch 2 Millionen gewesen sein, die allerdings nur jeweils bei der Hälfte der Sendezeit mit von der Partie waren. In den Testhaushalten der GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) in Nürnberg, die für alle TV-Sender die Reichweitenerfassung vornimmt, wird selbstverständlich auch die Online-Nutzung von TV-Programmen gemessen. Da stellt sich jedoch die Frage der Unverträglichkeit der beiden Werte, siehe oben. Technisch wäre es zusätzlich ohne Weiteres möglich, die tatsächliche, individuelle Online-Nutzung von Programmen, zum Beispiel auf Computer, Tablet oder Smartphone, zu erfassen. Dies ist jedoch aus Gründen des Datenschutzes nur bei vorheriger Zustimmung der NutzerInnen zulässig.

Dies führt zu einem weiteren Problem: Bei der Online-Nutzung geht es um »Click-Rates«, also darum, welche Programme angeklickt werden, wobei – eine weitere willkürlich Festlegung – erst einmal definiert werden muss, ab wie vielen Sekunden Verweildauer ein angeklicktes Programm dann auch als »genutzt« gilt. Man hat sich auf 10 Sekunden geeinigt. Es handelt sich dabei also streng genom-

men um einen binären Wert (angeklickt: Ja/Nein), wogegen die lineare Ausstrahlung differenzierter vermessen wird, insbesondere in Hinblick auf die Sehdauer.

Fakten werden überschätzt

Ein skurriles Beispiel für die Inkompatibilität der Messwerte lieferte – unfreiwillig – der SPIEGEL, als er die Ergebnisse eines ARD-Programms mit dem eines Netflix-Spielfilms verglich:

> »Bei Netflix knallen die Korken, bei der ARD herrscht Katerstimmung. Dabei waren beide TV-Anbieter mit ähnlichen Produkten in die Weihnachtsoffensive gegangen: Während beim Streamingdienst mit »Glass Onion: A Knives Out Mistery« die glossy aufgemotzte Instagram-Variante eines Agatha-Christie-Mörderrätsels (Influencer und Tech-Milliardäre inklusive) zum Abruf bereitstand, versuchte der ö/r Senderverbund sein Publikum mit einer Richtung Koma gedimmten Krimi-Retro-Schnurre aus dem Weihnachtswochenende zu schaukeln (Landadel-Geschnorchel und Backenbart inklusive). Für Netflix ging die Rechnung offenbar auf: Auf Platz eins der am meisten gestreamten Netflix-Angebote steht nun »Glass Onion« – direkt gefolgt von dem 2019 erschienenen Vorgängerfilm »Knives out«. Der »Tatort« im Ersten brachte es indes nur auf 4,09 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauern (sic!) – laut dem Branchendienst DWDL die schlechteste Quote seit über 15 Jahren. Netflix veröffentlicht keine konkreten Zahlen, aber das ARD-Quotendebakel beim eigentlich in der Publikumsgunst unverwüstlichen Krimiklassiker lässt darauf schließen, dass tatsächlich viele ARD-Couch-Potatoes am Weihnachtswochenende zu Netflix abgewandert sind.«[21]

Wohlgemerkt: Netflix legt keine konkreten Zahlen vor, dennoch wird vom SPIEGEL ein Reichweiten-Triumph ausgerufen. Wie ja überhaupt Netflix in der Regel keine konkreten Zahlen veröffentlicht. Oder nur, wenn sie Netflix genehm sind. Nun ist es keine Neuigkeit, dass der SPIEGEL ebenso wie die Springer-Medien jede Gelegenheit nutzen, auf die ö/r Sender einzudreschen, schließlich stehen die beiden Konzerne mit ARD und ZDF im Wettbewerb um Aufmerksamkeit und Werbegelder. Oder anders gesagt: Vier Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer als »Quotendebakel« abzutun, das muss man angesichts eigener sinkender Auflagen erst mal fertigbringen. Aber die Erfolgsmeldung eines Streamingdiensts, die auf dem – vollkommen intransparenten – Vergleich mit anderen Programmen der gleichen Firma

21 https://www.spiegel.de/kultur/kino/netflix-erfolg-glass-onion-regisseur-rian-johnson-wettert-gegen-geldgeber-a-2dd88b84-fc7c-4e4a-8f61-97fe8b01210c (aktuell zuletzt am 20.08.2023)

beruht, kritiklos weiterzuverbreiten, ist entweder naiv oder bösartig, zweifellos lächerlich und unter dem Niveau eines Nachrichtenmagazins. Aber wie auch immer: Symptomatisch ist die zitierte Meldung dennoch und zwar in zweierlei Hinsicht: Zum einen zeigt sie, dass beim Sprechen über Zuschauerzahlen ständig Äpfel mit Birnen verglichen werden, ohne dass genau gefragt wird, wie die Zahlen zustande kommen und was sie eigentlich aussagen. Und zum anderen belegt das Zitat, dass Netflix derzeit, wie alles, was streamt, als hip und angesagt gilt. Und wer vom Zeitgeist nicht abgehängt werden will, möchte auf der der Seite der Sieger bzw. Streamer stehen.

Auch wenn die offiziellen Verlautbarungen ganz anders klingen: Senderintern ist der Marktanteil im linearen Programm nach wie die gültige Währung, die oft über die Fortsetzung einer Reihe oder über Folgeaufträge für Kreative entscheidet.[22]

Sportliche Metaphern

Es ist daher nicht erstaunlich, dass durch einen sich selbst verstärkenden Prozess die Einstellung zur Reichweite eine sportive Note bekommt: Citius, altius, fortius[23]. Vor allem altius. Übrigens wird dieses Denkmuster auch und gerade von den sogenannten Qualitätsmedien gefördert. Hier eine kleine Schlagzeilen-Blütenlese aus den vergangenen 12 Monaten (*Hervorhebungen von mir, A.S.*):

> »*ZDF-Krimi ›Kolleginnen‹ liegt vorne*«
> (FAZ.NET 30.10.2022)
>
> »*Bundesliga-Start ist Quotenchampion im TV*«
> (Süddeutsche Zeitung 6.8.2022)
>
> »*Ranking der ARD-Dritten. RBB-Fernsehen holt die rote Laterne. Der RBB kommt bei den Marktanteilen im Vergleich mit den übrigen Dritten auf den letzten Platz. Strahlender Gewinner ist der MDR*«
> (Tagesspiegel 21.12.2021)
>
> »*TV-Einschaltquoten am Feiertag. ›Rumpelstizchen‹ schlägt ›Winnetou‹*«
> (spiegel.de 4.10.2022)

22 Ganz unvernünftig ist diese Denkweise nicht, da noch immer und sicher noch für einige Zeit ein überragender Teil des TV-Konsums bei den ö/r Sendern linear erfolgt. Aber das ist eben eine Binnenperspektive, die der gewaltigen Konkurrenz durch die Streamingdienste nicht Rechnung trägt und auch nicht zukunftsfähig ist.

23 Deutsch: schneller, höher, stärker.

»*Nations-League-Spiel entscheidet Quoten-Rennen für sich*«
(ZEIT.ONLINE 24.9.2022)

Der ständige Einsatz dieser Metaphern aus der Welt des Sports führt zu einer Verabsolutierung eines einzigen Werts, eben des durchschnittlichen Marktanteils. Gegebenenfalls, sofern es ins Konzept passt, auch der Wert innerhalb einer bestimmten, willkürlich bestimmten Altersgruppe.

Gewinner und Verlierer

Dies führt zu einer Verengung des Wertsystems, denn es verleitet dazu, immer und um jeden Preis den maximalen Marktanteil anzupeilen. Es spielt keine Rolle, auch nicht für die begleitende Kritik, auf was ein durchschnittlicher Marktanteil beruht. Auf selbstentwickelten, originellen, differenzierenden, langfristig im Gedächtnis bleibenden und möglicherweise sogar die Gesellschaft positiv beeinflussenden Programmen? Auf internationalen Formaten? Oder auf der Perpetuierung des Immergleichen? Verstärkt wird die sportliche Rhetorik durch die Tatsache, dass die Ergebnisse des linearen Programms spätestens am nächsten Morgen auf dem Schreibtisch der Verantwortlichen landen und simple, binäre Resultate liefern (Erfolg/Misserfolg). Natürlich sind die Zahlen mehr als fragwürdig, genau wie Uni-Rankings oder der olympische Medaillenspiegel. Aber sie sorgen für Spannung.

Der frühere SAT.1-Geschäftsführer Roger Schawinski hat das Quotenfieber einmal eindrücklich und selbstentlarvend beschrieben:

»Es ist acht Uhr früh. Die Spannung steigt mit jeder Minute. (…) In wenigen Augenblicken – hoffentlich – ist es soweit.
8.08 Uhr. Jetzt! Auf meinem Handy ist überlaut hörbar eine Nachricht eingegangen. Ich bemühe mich, langsam nach dem immer in Reichweite liegenden Gerät zu greifen, doch dann wird es jedes Mal eine hastige Bewegung. (…) Was erwartet mich heute? Sind unsere Erwartungen eingetroffen? Oder ist es wieder eine Enttäuschung? Oder gibt es gar endlich wieder positive Überraschungen? In einer Sekunde werde ich die Antwort zumindest in Umrissen kennen.
Ich drücke die Taste und ich fühle, wie mein Pulsschlag und mein Adrenalinpegel gleichzeitig in die Höhe schnellen. Vor mir präsentieren sich die Tagesmarktanteile aller größeren Sender (…). Das Resultat ist augenblicklich auf meinem Gesicht und an meiner Körpersprache abzulesen (…).«[24]

Wer glaubt, so gehe es nur bei Privatsendern zu, täuscht sich. Es ist eben ungleich packender, schon wenige Stunden nach Präsentation eines Programms das (ver-

24 SCHAWINSKI 2007, S. 11

meintlich) eindeutige Ergebnis vorliegen zu haben, als Monate oder Jahre später eine nach unterschiedlichen Parametern differenzierte Auswertung vorzunehmen, inklusive Fragen nach der Repertoirefähigkeit, nach dem stilbildenden Einfluss auf zukünftige Programme sowie, vor allem und heute wichtiger denn je, nach dem Mehrwert fürs Image.

Mehr als 8 Milliarden Euro für eine einzige Zahl

Die sportive Dimension bei der Erfolgsmessung führt natürlich auch dazu, dass niemand, der oder die Verantwortung fürs Programm trägt, zu den Verlierern gehören möchte. Es ist absurd: Das ö/r Sendersystem bekommt aus den TV-Beiträgen derzeit jährlich ca. 8,57 Milliarden Euro[25] und in den Sendern scheint man auf eine Zahl, eine einzige Zahl fixiert zu sein, den durchschnittlichen Marktanteil. Wer die größere Zahl vorzuweisen hat, ist Sieger, gleichgültig wie und mit was. Das gilt für die Konstellation ZDF gegen ARD, gilt ebenso für die Dritten Programme gegeneinander und gilt auch für die kleinen Sender, die unter allen Umständen vermeiden müssen, dass eine Null vor dem Komma steht, wenn am Jahresende die Rechnung, sprich: der durchschnittliche Marktanteil präsentiert wird. Der traditionelle Wettstreit um Zahlen ist auch deshalb absurd, weil der durchschnittliche Marktanteil ja kein absoluter, naturgegebener, kontextfreier und unveränderbarer Wert wie die Körpergröße eines Menschen ist, sondern ein Konstrukt, eine Messgröße, die, von der Medienforschung definiert, auf Hochrechnungen und Testhaushalten beruht.[26] Um einen Eindruck zu geben, welch komplizierte Rechenoperationen vonnöten sind, bis sich die scheinbar objektiven, wie von selbst ergebenden Zahlen herauskristallisieren, hier ein Zitat aus einer Verlautbarung der AGF Videoforschung, die im Auftrag von Fernseh- und Streaminganbietern die Reichweiten des Bewegtbildmarkts in Deutschland erfasst:

> »Panel- und Zensusmessung werden über ein statistisches Verfahren (Kalibrierung) zueinander in Beziehung gesetzt. Die Datensätze (Panels + Zensus) werden nach der Kalibrierung in einem aufwendigen Verfahren von der AGF fusioniert, wodurch eine konvergente Reichweite entsteht.«[27]

---

25 https://de.statista.com/statistik/daten/studie/163022/umfrage/gesamtertrag-der-gez-seit-2005/ (aktuell zulett am 30.07.2023)

26 Damit soll keineswegs die Seriosität der mit den ausgefeilten Methoden der Empirischen Sozialwissenschaft arbeitenden Zuschauerforschung in Frage gestellt werden. Es geht nicht darum, *wie* gemessen wird, sondern *was* gemessen wird!

27 [122]https://www.agf.de/bewegtbildforschung/methode/videostreaming (zuletzt abgerufen am 19.1.2023)

Außerdem ist zu berücksichtigen, dass, wenn einem Programm wie beispielsweise dem von ARTE ein durchschnittlicher Marktanteil von 1 % zugeordnet wird, der Eindruck entsteht, dass nur 1 % der Bevölkerung vom Programm erreicht wird.[28] Das ist natürlich ein Trugschluss und nachweislich falsch, wie man bei einer Blitzumfrage im Freundeskreis, in der Nachbarschaft und in der Familie schnell herausfinden kann. Vielmehr berechnet sich der durchschnittliche Marktanteil aus der Nutzung des Programms *zu einem bestimmten Zeitpunkt*. Ein Programm, das jeden Tag mit gänzlich unterschiedlichen Themen aufwartet und daher jeden Tag ganz unterschiedliche Interessensgruppen anspricht, muss deshalb – eine weitere Absurdität – mit einem echten rechnerischen Nachteil leben.

Der Stand der Dinge

Zusammenfassend ergibt sich für die Öffentlich-Rechtlichen folgende Problemlage: Mehr denn je sind die ö/r Sender in der Defensive. Die Finanzierung durch den Rundfunkbeitrag, also durch die von allen zu bezahlenden Beiträge, wird zunehmend in Frage gestellt. Gleichzeitig steht das eingespielte System des linearen Fernsehens, inklusive seiner Werte und Erfolgskriterien, absehbar vor dem Ende.[29] Und mit den Streamingdiensten ist eine völlig neuartige Konkurrenz aufs Spielfeld gekommen, die den ö/r Sendern an Innovationskraft und Attraktivität den Rang abläuft und sie alt aussehen lässt.

Was tun?

Abschließend möchte ich eine Liste von konkreten Vorschlägen formulieren. Es geht mir dabei nicht um verfassungsrechtliche oder gremienpolitische Überlegungen[30], sondern um Ideen und Initiativen aus der Perspektive des Programms.

---

28 Analog spricht das ZDF, als TV-Marktführer des Jahres 2022, natürlich auch nicht nur 14,6 % der deutschen Bevölkerung an.

29 Friedrich Kittler konstatierte dieses Ende schon 1993, als Bewegtbilder in nennenswertem Umfang digital noch gar nicht gespeichert und übertragen werden konnten: »Der unersetzliche Übertragungsaugenblick ist in Videorecordern verschwunden« (KITTLER 1993).

30 Dies überlasse ich gerne Berufeneren, wie zuletzt dem WDR-Intendanten Tom Buhrow, der seine Überlegungen freilich als Privatperson, im Überseeclub in Hamburg, anstellte, siehe BUHROW 2022.

Spezialisierung

In der digitalen Welt ist die Markenbildung bereits heute essenziell, wenn nicht existenziell. Denn als ZuschauerIn weiß man meist nicht, in welchem Programm man welche Sendung gesehen hat.[31] Die automatische Identifizierung von einzelnen Programmen mit Sendernamen wird anstaltsintern jedoch noch immer notorisch überschätzt. Aus der Sicht derjenigen, die das Programm produziert haben, ist das verständlich, aber falsch. In der linearen Welt der 80er und 90er Jahre konnte man noch davon ausgehen, dass viele Sendungen zweifelsfrei gebrandet waren, als Programme der ARD oder des ZDF beziehungsweise der Privatsender. Diese Zeit ist vorbei. Schon aufgrund der sich explosionsartig vermehrenden Programmangebote ist es unmöglich für NutzerInnen, auch nur halbwegs den Überblick zu behalten. Investitionen in Imagekampagnen und Marketing-Strategien sind für die Sender sicher sinnvoll, um das Erscheinungsbild aufzupolieren und Programme mit Sendern zu assoziieren. Aber wirkungsvoller wäre eine Spezialisierung. Wie die Universitäten, bei denen nur durch Schwerpunktbildung Spitzenforschung ermöglicht und Profil gewonnen werden kann, müssten sich auch die Sender ausdifferenzieren, um unterscheidbar zu werden und ihr Image zu schärfen. Das widerspricht dem Anspruch der Sender, prinzipiell alles anzubieten (und den anderen nichts zu gönnen). Genau diese Grundhaltung führte etwa dazu, dass zum Beispiel die beiden großen ö/r Sender am 19. September 2022 simultan und über Stunden die Trauerfeier für Queen Elizabeth zeigten, was zu Recht Anlass zu heftiger und systemischer Kritik gab. Ganz besonders wichtig wäre eine Spezialisierung für die Dritten Programme der ARD, die sich zunehmend ähneln, da sie oft Programme voneinander übernehmen, aber darauf bestehen, als selbständige Vollprogramme zu gelten.[32] Auch müssen die Sender alles dafür tun, dass ihre Programme exklusiv bleiben und nicht der Konkurrenz zugeschrieben werden, wie dies etwa bei den Filmen »*Und morgen die ganze Welt*« und »*Je suis Karl*« geschah, die, obwohl sie von mehreren ARD-Sendern und ARTE bei der Entstehung unterstützt, mitfinanziert und mitentwickelt wurden, dann aber, als sich Festivaleinladungen (Berlinale, Venedig) und eine mögliche Oscar-Nominierung abzeichneten, zur Vorabnutzung an Netflix verkauft wurden. Verständlich aus Sicht der Produzenten, aber fatal für die Sender. Denn die Berichterstattung über die beiden politisch brisanten Filme erweckte den Eindruck, es handle sich um genuine Netflix-Produktionen, an die sich, so die explizite oder unausgesprochene Unterstellung, ö/r Sender nie heranwagen würden. Hat man je davon gehört, dass der umgekehrte Fall

---

31 Trotz einzelner Sendungstitel wie »*ZDF Magazin Royale*«, »*ARD Buffet*« oder »*ARTE Journal*«.

32 Und in deren Programme regionale Klischees bis zur Selbstkarikatur aufgewärmt werden, anstatt der Vielfalt, der Kreativität, dem Ideenreichtum und der Lebenslust in der deutschen Provinz Raum zu geben.

eingetreten wäre, dass also eine Netflix-Eigenproduktion zuerst in ARD oder ZDF zu sehen war? Wobei: Dem ORF ist dies schon mindesten zwei Mal gelungen, als er sich gegenüber Netflix die Premiere sowohl für »*Freud*« als für »*Totenfrau*« sicherte. Wie, so fragt man sich, haben die Österreicher das nur hinbekommen?

Transparenz

Eine tabubrechende, aber vertrauensbildende Maßnahme wäre die totale Kostentransparenz der ö/r Sender. Wenn es eine Selbstverständlichkeit ist, dass die Gehälter von Ministerinnen und Bundeswehr-Generälen für alle Interessierten leicht zu recherchieren sind, spricht doch eigentlich alles dafür, dass auch die Sender offenlegen, wer wie viel verdient und vor allem, was einzelne Sendungen kosten. Totale Transparenz hätte den Vorzug, dass sich die Sender nicht mehr permanent dem Verdacht der Geheimniskrämerei aussetzten und misstrauischen Fragern der Wind aus den Segeln genommen wäre. Manche kritische Stimme würde womöglich verstummen, wenn detailliert nachvollziehbar wäre, welcher sachliche und personelle Aufwand tatsächlich notwendig ist, um eine Live-Sendung zu stemmen oder eine Fiction-Serie in Szene zu setzen. Und vorauseilende Transparenz würde zudem wohl von vornherein Exzesse, wie sie zuletzt beim RBB mit Boni, Massagesitzen und Luxuslimousinen die Öffentlichkeit empörten, gar nicht erst entstehen lassen.

Flexibilität

Die Strukturen der Sender sind über Jahrzehnte gewachsen und somit sind die Anstalten den in der Verwaltungstheorie vielfach beschriebenen, offenbar unvermeidlichen Weg zu Bürokratisierung, Hierarchisierung und Ineffizienz gegangen. Ideen und Vorschläge dafür, wie diese Strukturen aufzubrechen wären, liegen, auch in den Sendern selbst, bereit. So funktioniert die Mittelzuweisung nach uralter kameralistischer Tradition wie bei preußischen Verwaltungen im 19. Jahrhundert, mit allen Nachteilen wie dem berüchtigten Dezemberfieber, das niemandem eine andere Wahl lässt, als Ende des Jahres möglichst alle noch nicht verbrauchten Mittel auszugeben, meist sinnfrei, nur damit sie im darauf folgenden Jahr nicht gekürzt werden. Ist die Abrechnung nach Kalenderjahren wirklich ein Naturgesetz? Und warum soll es nicht auch im ö/r System Erfolgsgratifikationen geben können – nicht für die einzelnen MitarbeiterInnen, aber für Abteilungen. So hätte ich es als motivierend empfunden, wenn meine Redaktion bei ARTE für den Welterfolg unserer Koproduktion »Lola rennt« Anerkennung in Form zusätzlicher Programmmittel erhalten hätte (aber bitte den Erfolg nicht nur am Marktanteil einzelner Programme bei der Erstausstrahlung messen, siehe oben). Oder sind wirklich für jedes Projekt all die komplizierten und zeitraubenden Genehmigungsverfahren erforderlich, an die sich alle gewöhnt haben, mit Kalkulationsverhandlungen, Bankbürgschaften und Dut-

zenden von Unterschriften? Mein früherer Chef beim Kleinen Fernsehspiel des ZDF, Eckart Stein, erzählte mir einst, dass bei der Einführung des vereinfachten Produktionsmodells des sogenannten »Kamerafilms« von einer Verlustquote von 20 % der Projekte ausgegangen worden war, da dort keinerlei Sicherheiten und auch keine Kalkulationen verlangt wurden. Bis heute, über 50 Jahre später, wurde keine einzige Produktion *nicht* abgeliefert und gesendet. Ist der ganze Aufwand also gerechtfertigt?[33] Dass die Transformation des Behördencharakters der Anstalten schier übermenschliche Anstrengungen erfordert, ist klar, aber es führt kein Weg daran vorbei.

Internationalität

Ein Blick in das Programm von ö/r wie privaten Sendern zeigt, dass fast alle Programme nationalen Ursprungs sind (mit Ausnahme amerikanischer Spielfilme, skandinavischer Krimis und angelsächsischer Dokumentationen). Die Globalisierung ging an den Sendern glatt vorbei. Im Gegenteil: Es gab früher sogar noch mehr Koproduktionen mit den Niederlanden, mit Frankreich, Italien und Spanien, zumindest im Bereich der Fiktion. Selbst wenn Programme von anderen Ländern und Kontinenten handeln, sind sie aus deutschem Blickwinkel gedreht und auf deutsche Art und Weise erzählt. Welche Verarmung, wenn man das zum Beispiel mit dem Angebot eines Festivals wie Cannes vergleicht, wo man Filme nicht *über*, sondern *aus* Algerien, Korea oder Mexiko zu sehen bekommt. Netflix macht das anders und hat sich nicht zuletzt durch seine Weltoffenheit und internationalen Koproduktionen den Ruf erworben, ein aufregenderes, vielfältigeres und auch moderneres Programm zu bieten.

Neustrukturierung

Das Neben-, Über- und Durcheinander von klassischen und Online-Abteilungen gehört sicher zu den größten strukturellen Problemen der Sender. Ich habe bei ARTE erlebt, wie über Nacht die sogenannte Internet-Direktion aufgelöst wurde und das Personal in die bereits existierenden Programmbereiche integriert wurden. Von da ab gab es nur noch vier Bereiche: Information, Kultur, Wissen und Fiktion, die sich um die Inhalte kümmerten, gleich auf welchen Ausspielungswegen. So macht man das in Frankreich. Par ordre du mufti, schnell und ohne den Einsatz von Arbeitsgruppen und Beratern. Und wenn es nicht funktioniert, macht man es eben wieder rückgängig. Die vielbeschworene Fehlerkultur, so sieht sie aus.

---

33 Wobei natürlich ein in der Lausitz oder auf der Schwäbischen Alb gedrehter Hochschul-Abschlussfilm und eine »Traumschiff«-Folge, die in der Karibik spielt, unterschiedlich zu behandeln sind.

Dynamik

Eines haben das Privatfernsehen und die Streamingdienste den ö/r Anstalten auf alle Fälle voraus: Schnelligkeit. Man erinnert sich an die Anfangszeit von RTL plus, als Senderchef Helmut Thoma auf Zuruf ganze Serienstaffeln genehmigte. Und selbstverständlich gibt es auch bei Netflix ein sehr schnelles O.K. für neue Projekte. Konzernboss Reed Hastings schaut, wie mir ein früherer Kollege berichtete, schon mal im Büro seiner MitarbeiterInnen in Amsterdam auf einen Kaffee vorbei, um sich auf kürzestem Weg ein Bild von der Stimmung unter seinen MitarbeiterInnen zu machen und Probleme zu lösen, bevor sie überhaupt virulent werden. Wenn bei den Öffentlich-Rechtlichen Trägheit zu konstatieren ist, liegt dies in der Regel nicht an Unwilligkeit oder Unfähigkeit der Menschen in den Anstalten (wie kurzfristige Live-Berichterstattungen in bestechender Qualität von den Brennpunkten dieser Welt täglich beweisen), sondern an den Strukturen. An den umständlichen Genehmigungsprozeduren etwa muss die Axt angesetzt werden, denn letztlich fördern sie eine sich in Deutschland ohnehin epidemisch ausbreitenden Grundhaltung: nämlich sich lieber abzusichern, anstatt Verantwortung zu übernehmen.

Risiko-Kultur

Das ö/r System ist darauf angelegt, Risiken zu minimieren, ganz gleich ob es um die Absicherung gegen Kostenüberschreitungen bei Dreharbeiten, um Jugendschutzbestimmungen oder, besonders folgenreich, um drohende Durchschnittssenker geht. Für ein Versicherungsunternehmen ist eine solche Geisteshaltung sicher förderlich, bei einem Unternehmen der Kulturindustrie aber ebenso sicher nicht. Auch hier muss gesagt sein: Es gibt genügend mutige Menschen in den Sendern, auf allen Ebenen. Aber man hat eben doch den Eindruck, dass die Risiko-Kultur in den Sendern nicht gefördert, sondern häufig sogar eher unerwünscht ist (»Da halten wir uns mal ganz bedeckt«). Die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen, wird nicht belohnt. Dabei sind es doch gerade die (manchmal sogar im strafrechtlichen Sinne, siehe Böhmermann) riskanten Programme, die für Aufsehen sorgen. Und das geheime Elixier für große Erfolge, namentlich im Bereich der Fiktion, sind, das ist nun fast ein Naturgesetz, gewagte Ideen. Leider drohen diese oft schon im Vorfeld durch Bedenkenträgerei torpediert zu werden, obwohl doch die Kollision zweier Vorstellungswelten oder Sphären (Berufsmilieus, Kulturen, Generationen, Schichten, Ideologien etc.) Steilvorlagen liefern für Erkenntnisgewinn, der auch noch Spaß macht.[34] Nicht umsonst funktionieren Komödien sehr

34 Der polyglotte Schriftsteller, Gelehrte und Essayist Arthur Koestler hat in seinem überaus inspirierenden Buch »The Act of Creation« an zahlreichen Beispielen gezeigt, dass der Zusammenprall zunächst inkompatibel erscheinender Vorstellungsebenen die Grundlage für

häufig nach diesem Prinzip. Einige erfolgreiche Beispiel aus der Filmgeschichte gefällig? In »Ganz oder gar nicht« (»The Full Monty«) versuchen sich arbeitslose Stahlarbeiter aus Nordengland, teils älteren Semesters, teils übergewichtig, als männliche Stripgruppe à la »Chippendales«. Im Pixar-Animationsfilm »*Ratatouille*« zeigt ausgerechnet Rémy, eine Wanderratte, großes Talent als Feinschmecker und Küchenchef und verhilft einem Pariser Restaurant zu den höheren Weihen der Spitzengastronomie. Und in »*Reine Nervensache*« (»*Analyze This*«) leidet ein New Yorker Mafia-Boss (Robert De Niro) unter Angstzuständen und Potenzproblemen, worauf er einem Society-Psychiater (Billy Crystal) das Angebot macht, sich von ihm therapieren zu lassen, was dieser nicht ablehnen kann… Das Undenkbare denken, anstatt auf Nummer sicher zu gehen.

Differenzierung

Natürlich geht es nicht ohne Reichweiten-Erfassung. Sender, Produktionsfirmen und Öffentlichkeit möchten wissen, ob Programme gesehen werden und von wem und wie lange. Aber es ist hohe Zeit, Abschied zu nehmen nicht nur vom alleinseligmachenden durchschnittlichen Marktanteil (siehe oben), sondern auch vom tumben Erfolgskriterium Marktanteil bei der Erstausstrahlung. Stattdessen wären zusätzliche und differenzierende statt der oben beschriebenen Zählweisen und Messwerte vermehrt zu berücksichtigen.[35] Für ARTE zum Beispiel wird bei der Erfolgsmessung nie in Rechnung gestellt, dass der Sender sich ja an zwei Publika in zwei Ländern richtet (was erhebliche programmplanerische, linguistische und den Rechteerwerb betreffende Wettbewerbsnachteile mit sich bringt). Die Zahlen werden immer nur getrennt nach Ländern gewertet, anstatt addiert zu werden. Der Kinderkanal zielt logischerweise auf ein ganz bestimmtes Alterssegment, das im Test-Panel der Medienforschung unvermeidlich unterrepräsentiert ist. Die Programme der Dritten peilen auftragsgemäß ein regional begrenztes Publikum an, weswegen die Reichweiten mit den Zahlen von ZDF oder RTL gar nicht vergleichbar sind. Und schließlich bleibt meist ganz unberücksichtigt, ob ein Programm nur einmal (Live-Sportereignisse, Casting-Shows), sporadisch (Event-Movies) oder langfristig und vielfach rezipiert werden kann. Um ein spektakuläres Beispiel anzuführen: Dominik Grafs legendäre und epochemachende Serie »*Im Angesicht des Verbrechens*« von 2010 wurde bei der Erstausstrahlung von der koproduzierenden ARD als Misserfolg angesehen, weil sie auf dem »Tatort«-Wiederholungsplatz am

jede Form von wissenschaftlicher Erkenntnis, Humor und künstlerischer Kreativität darstellt (KOESTLER 1965).

35 Zumal sich die ö/r Anstalten ja im Gegensatz zu Netflix auf eine tägliche, wöchentliche, monatliche oder jährliche Erfolgs- bzw. Misserfolgszahl, eben den durchschnittlichen Marktanteil, festnageln lassen.

Freitag geringere Reichweiten erzielte als die dort sonst gezeigten, etablierten, abgeschlossenen Krimis. »Im Angesicht des Verbrechens« wird aber bis heute eingesetzt und die gesamte Serie mit allen zehn Teilen kam bisher auf über 40 (!) Ausstrahlungen im deutschsprachigen Raum.

Überraschen

Die Lebenserfahrung lehrt, dass sich Menschen sowohl nach dem Rituellen wie auch nach Abwechslung sehnen, nach Geborgenheit wie nach Abenteuer, nach Heimeligem ebenso wie nach Exotik. Die Eigendynamik der Programmplanung jedoch stärkt eher das Konventionelle und Vorhersehbare. In den Hierarchieebenen der Sender dominiert die Grundüberzeugung, dass Publikum eher mit Repetition und Regelmäßigkeit zu gewinnen ist. Das ist auch nicht ganz von der Hand zu weisen, wie etwa die Daily Soaps belegen, bei denen von Produktionsseite ein langer Atem gefragt ist. Aber Konformität stellt sich von selbst ein, das ist systemtheoretisch bedingt. Umso wichtiger ist es, sich gegen diese Tendez zu stemmen, indem man Überraschungen und die Provokationen privilegiert, damit die Balance gewahrt bleibt.

Die Offensive wiedergewinnen

Schließlich: Die ö/r Sender müssen aus der Defensive kommen. Gegenüber politischen Anwürfen ist es zweifellos unvermeidlich, sich zu rechtfertigen. Aber angesichts der neuen und in vieler Hinsicht überlegenen Konkurrenz durch die Streamingdienste genügt es nicht, auf Bundesverfassungsgerichtsurteile, die Zwänge des Föderalismus und den gesetzlich garantierten Pluralismus zu verweisen. Die Öffentlich-Rechtlichen müssen offensiver, mit mehr Selbstbewusstsein und langfristig ihre spezifischen Stärken herausstellen: Unabhängigkeit, Vielfalt, Erfahrung, Kompetenz. Sie müssten sich viel deutlicher den potenziellen NutzerInnengruppen zuwenden, namentlich den jungen Leuten zwischen 20 und 40, die sich nicht von ihnen angesprochen fühlen, weil sie in der Primetime keine lohnenswerten Programme finden (wie mir die Studierenden in meinen Seminaren regelmäßig und unmissverständlich klarmachen). Und weil sich dieser Eindruck verfestigt, schauen sie sich auch gar nicht mehr in den Mediatheken um, obwohl sie dort mit Sicherheit fündig würden, siehe die oben genannten Beispiele für originelle Programme und siehe die unfassbare Zahl von 200.000 Programmen in der ARD-Mediathek. Relevante und brisante Programme haben die ffentlich-Rechtlichen ja in Hülle und Fülle zu bieten. Man weiß nur kaum davon. Wie schade!

Als ö/r Redakteur war ich fast 40 Jahre mit der Deutschen Bahn unterwegs, kreuz und quer durch Deutschland, von Mainz über Wuppertal bis Plön und von Kehl über Erfurt bis Chemnitz. Wie die Deutsche Bahn ist auch der ö/r Rundfunk hochkom-

plex und heftiger Konkurrenz ausgesetzt, beide werden permanent – und oft zu Recht – kritisiert und sind in die Jahre gekommen. Sie müssen deshalb dringend generalüberholt werden. Aber beide Kommunikationssysteme, Eisenbahn wie ö/r Rundfunk, haben ein solides Fundament, nämlich eine großartige Idee! Und sie sind, wenn man das große Ganze in den Blick nimmt und seinen Ärger über Unzulänglichkeiten einen Moment vergisst, unentbehrlich.

Prof. Dr. Andreas Schreitmüller war von 1984 – 1991 Redakteur beim ZDF und seit der Gründung 1991 bis zu seinem Ruhestand 2021 bei ARTE Hauptredaktionsleiter für Spielfilme und Fernsehfilme. Er war redaktionell für zahlreiche Filme und Serien verantwortlich, so u.a. für »Good Bye, Lenin!«, »Das Leben der Anderen«, »Im Angesicht des Verbrechens« und »Bad Banks«. Seit 2000 ist er Honorarprofessor für Medienwissenschaft an der Universität Konstanz.

Literaturverzeichnis

Bernard, Andreas: Geschlossene Systeme (Rezension von Habermas 2022), *Süddeutsche Zeitung* 15.9.2022

Buhrow, Tom: Wir müssen die große Reform wagen. Der ö/r Rundfunk braucht keine Sparrunden. Er braucht einen neuen Gesellschaftsvertrag. Wie sähe der aus? *Frankfurter Allgemeine Zeitung* 3.11.2022

Habermas, Jürgen: *Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die deliberative Politik*. Berlin: Suhrkamp 2022

Kittler, Friedrich: Fernsehdämmerung. *Unveröffentlichtes Manuskript zu einem Vortrag beim Colloque ARTE am 29. und 30.9.1993 im Goethe Institut*

Koestler, Arthur: *The Act of Creation*. London: Hutchinson 1965 (deutsche Übersetzung: *Der göttliche Funke: der schöpferische Akt in Kunst und Wissenschaft*. Bern u.a.: Scherz 1966)

Müggenburg, Jan (Hg.): *Reichweitenangst. Batterien und Akkus als Medien des Digitalen Zeitalters*. Bielefeld: transcript 2021

Schawinski, Roger: *Die TV-Falle. Vom Sendungsbewusstsein zum Fernsehgeschäft*. Zürich: Kein & Aber 2007

Schreitmüller, Andreas: Regeln mit Ausnahmen. Ansichten und Erfahrungen eines TV-Redakteurs. In: *grimme* 2012, S. 31 -33

Schreitmüller, Andreas: Einzelprogramm – Programmfluß – Programmangebot: Vom Redakteursfernsehen zum Zugriffsmedium. In: Joachim Paech, Andreas Schreitmüller, Albrecht Ziemer (Hg.): *Strukturwandel medialer Programme. Vom Fernsehen zu Multimedia*. Konstanz: UVK 1999, S. 141 – 153

Schwarzkopf, Dietrich: *Rundfunkpolitik in Deutschland* (2 Bände). München: dtv 1999

spiegel.de 27.12.2022, 13.24 Uhr (Autor: Christian Buß): Weihnachtshit »Glass Onion«. Netflix glücklich, Regisseur erzürnt.

Süddeutsche Zeitung 20./21. August 2022, S. 15f (AutorInnen: Aureli von Blazekovic, Philipp Bovermann, Kathleen Hildebrand, Tobias Kniebe, Adrian Kreye, Cornelius Pollmer, David Steinitz, Hannes Vollmuth): Das Netflix-ABC.

Was sagen Medienschaffende zum Thema?

Quote dominiert die redaktionelle Entscheidung

Auch bei uns fängt die Redaktionssitzung mit einer Quoten-Diskussion an. Das war früher nicht der Fall. Es ist natürlich eine Suche nach Quoten. Kurzfilme werden ins Nachtprogramm verdrängt, das ist für uns Redakteur*innen ein täglicher Kampf. Auf der anderen Seite kann ich positiv vermelden, dass es auch andere Redakteur*innen gibt. Ein Redakteur hat von Anfang an gesagt, die Quote sei ihm bei diesem Projekt völlig egal. Es gehe ihm um die Sache und er finde es ein relevantes Thema. Aber kann er das am Ende wirklich und dauerhaft durchsetzen?

Kumulative Quote könnte das Modell verbessern

Die zweite Staffel einer erfolgreichen Serie haben sie schon zwei Wochen vor der Erstausstrahlung in die Mediatheken gestellt und hatten schon zwei Millionen Abrufe, bevor die Staffel überhaupt zum ersten Mal im TV ausgestrahlt wurde. Wahrgenommen worden ist aber nur, dass die TV-Quote schlechter geworden sei. In der Branche hieß es: Die zweite Staffel ist nicht so gut gelaufen wie die erste. Na ja, ist ja klar, wenn vorher schon zwei Millionen Leute im Netz gucken. Ist doch klar, dass die dann bei der Erstausstrahlung zwei Wochen später fehlen. Es gibt noch kein Bewusstsein dafür, wie man mit diesen Abrufzahlen eigentlich umgehen soll. Also in den Fachzeitschriften werden nur die Quoten veröffentlicht, aber nicht die Abrufzahlen. Da muss sich noch was ändern, eine kumulative Quote muss her.

Quotenlogik ist der falsche Weg

Auf die Quote zu schielen ist genau die falsche Idee. Die Ö/r müssen wieder mehr offene Formen zulassen, sonst werden sie nicht überleben können. Die Ö/r halten aber hartnäckig an der Quote fest und machen davon Produktionsentscheidungen abhängig. In meinen Augen ist das längst überholt und überhaupt nicht mehr nachvollziehbar, es werden da teilweise ganze Sendungen plattgemacht, die mit wirklich viel Geld aufgebaut wurden, nur weil eine zeitlang die Quote nicht stimmt.

Zu wenig Geduld mit neuen Formaten

Ich habe einfach immer wieder Kolleg*innen, egal ob aus der Regie oder dem Schauspiel-Bereich, die natürlich darüber klagen, dass die neue Serie, die jetzt gerade an den Start gegangen ist, eben mit der Quote nicht überzeugen konnte und mal eben abgesetzt wurde. Da kann man ja noch froh sein, wenn man dann zu Ende ausgestrahlt wird.

Die Quote senkt das Niveau

Das Niveau ist durch dieses Quotendenken auf das Niveau von Bahnhofskiosk-Literatur gesunken. Wahrscheinlich sind aber die Einschaltquoten besonders hoch und das ist der Grund dafür, dass es immer wieder neue Krimis gibt. Gegen Krimis ist nichts einzuwenden, es gibt teilweise sehr gute. Die Masse der Krimis ist das Problem. Wenn man früher Jerry Cotton gelesen hat und die jetzt vergleicht mit den Krimis die man hauptsächlich sieht, da ist das Niveau nicht sehr unterschiedlich. Oder diese Dr. Frank-Heftchen, das sind doch eigentlich literarische Ereignisse, die man eigentlich auch nicht unbedingt braucht. Ich fände es zum Beispiel schön, wenn mehr historische Stoffe verfilmt würden. Die ARD hat ja mehrfach gezeigt, wie das geht! Die Veränderungen am Markt kamen erst durch die Privatsender. Seitdem die Privaten mit ihren Einschaltquoten arbeiten, ist das auch bei den Ö/r über die Jahre relevant geworden. Und jetzt haben wir einen neuen Player dabei, die Streaming-Plattformen.

Jetzt passiert wahrscheinlich wieder eine neue Ausrichtung. Die privaten Sender schwenken auf Infotainment um, weil sie mit ihren fiktionalen Sachen nicht mehr die Ziele erreichen, weil ihnen da die Plattformen entgegenstehen. Ich finde, dass die ö/r Anstalten viel zu nah an die Privaten herangerückt sind in Bezug auf ihre Daseinsberechtigung. Die Privaten sind natürlich von ihren Einschaltquoten abhängig, weil sie darüber ihre Werbung verkaufen. Das ist die Logik des Marktes. Dem dürfen die ö/r Anstalten aber eigentlich gar nicht folgen.

Problematische Rolle der Degeto

Aus meiner Sicht ist die problematischste Erfindung der ARD die Degeto. Die Degeto ist eine GmbH in Frankfurt. Sie hat das größte Produktionsvolumen für das fiktionale Programm: knapp 400 Millionen Euro im Jahr. Die macht sich aber einen schlanken Fuß, weil sie gar kein Sender ist, sondern in einem Dreiecksverhältnis von den Sendern beauftragt wird. Im Grunde häuft sie dadurch immer mehr Macht an, immer mehr Sendeplätze. Früher war es nur der Freitag, inzwischen ist es der Donnerstagabend, der Samstagabend und so weiter. Parallel zum rasanten Wachstum der Degeto haben die Landesrundfunkanstalten aber keine/n einzige/n Redakteur*in entlassen. Das heißt, dieses Geld, was die Degeto ausgibt, und das ist sehr viel Geld, steht nicht zur Verfügung in den Fernsehspiel-Redaktionen der Landesrundfunkanstalten. Da gibt es Redakteur*innen, die sitzen da und die machen einen Film im Jahr oder zwei. Im Grunde haben sie aber gar keinen Etat. Es bedeutet auch, dass die Sender immer mehr coproduzieren müssen. Der BR mit dem WDR, mit dem NDR. Das heißt, die Entwicklung geht dahin, dass wir in Zukunft 20 Redakteur*innen haben, die einen Film betreuen. Früher gab es eine*n Redakteur*in, der*die 20 Filme betreut hat. So, und das kostet alles ein Wahnsinns-Geld. Dabei sind die Leute trotzdem irgendwie im Stress. Im Abstimmungs-Stress. Du hörst ein halbes Jahr nichts, wenn du ein Buch einreichst, weil sie vor lauter Koordinationsarbeit gar nicht mehr zum Lesen kommen. Obwohl das ja ihr eigentlicher Job wäre. So kommt unterm Strich immer weniger Programm dabei raus. Die acht Redakteur*innen, die bei der Degeto in Frankfurt arbeiten, schaffen ihr Pensum im Grunde nur, weil sie alles formatieren. Das heißt, die sind so überladen und auch so quotenhörig, um sich und ihre Arbeit zu legitimieren, dass das dann immer mehr zu diesen Formatierungen führt. Komplexere und unkonventionelle dramaturgische Zugänge können sie gar nicht mehr betreuen, das schaffen sie als Redakteur*innen nicht. Wir arbeiten eigentlich ja alle für die ö/r Anstalten und identifizieren uns mit denen, nur dass wir als Freie eben kei-

ne Pensionsansprüche dort haben. Trotzdem habe ich mir oft überlegt, damit mal an die Presse zu gehen, um mal zu schildern, wie die Arbeitsbedingungen bei der Degeto und dadurch auch in den Landesrundfunkanstalten sind. Aber ich bin vorsichtig, weil ich natürlich der AfD nicht helfen will, die ö/r Anstalten abzuschaffen. Aber im Grunde ist es ein Skandal aus meiner Sicht.

Gemeinschaftsredaktion von vier Landesrundfunkanstalten

Ein abschreckendes Beispiel ist die Gemeinschaftsredaktion für den Dienstagabend. Es gibt vier Landesrundfunkanstalten, die in dieser Gemeinschafts-Redaktion sitzen. Die entwickeln alle für diesen Sendeplatz Programm: der NDR, der WDR, der SWR und der MDR. Und die treffen sich dann und streiten sich. Da bist du als Autor*in gar nicht mehr dabei. Sie streiten sich, was gemacht wird und was nicht. Und drei Projekte fallen dann hinten runter und eins wird gemacht. Alle vier Redaktionen reisen aber natürlich an das Set, wenn im schönen Prag gedreht wird. Und alle müssen mitreden, alle müssen sich den Rohschnitt angucken und sich irgendwie einig werden. Da läuft ein ineffizienter Wahnsinn.

Öffnung der Archive

Ich frage mich, was eigentlich aus den Archiven geworden ist? Die ganze Kinogeschichte findet sich in den Archiven und die Kino-Klassiker könnten genauso gut gesendet werden anstelle der fünften Wiederholung eines Tatorts oder Polizeirufs. Mich wundert es, dass sie so verschwunden sind. In meiner Kindheit waren sie ein wichtiger Teil des Fernsehens Man stolpert da auch über fantastische Filme, auf die man sonst nicht gekommen wäre.

Don't Think it's Just Entertainment

Zum unterschätzten Wert der fiktionalen Unterhaltung

Marion Esch

TV-Movies, Spielfilme und Serien genießen beim Publikum eine sehr hohe Aufmerksamkeit und Wertschätzung. Im Durchschnitt erzielt die fiktionale Unterhaltung im Fernsehen deutlich höhere Reichweiten als non-fiktionale Magazine, Reportagen und Dokumentationen. Nach Beobachtungen der kontinuierlichen Zuschauerforschung der ARD sind für die Zuschauer/-innen »Filme und Serien der wichtigste Grund fernzusehen« (Zubayr 2019: 4). Sie gehören zu den am intensivsten genutzten Angeboten von Fernseh-Sendern. Nach Zubayr et al. haben Filme und Serien entsprechend mit 33 %- 34 % den mit Abstand größten Nutzungsanteil am gesamten Fernsehkonsum der Jahre 2017–2021. Der Nutzungsanteil von Nachrichten liegt im Vergleich dazu nur bei nur 5 %-7 %. Magazine, Reportagen und Dokumentationen bringen es auf einen Anteil von 22 %-23 % (vgl. Zubayr et al. 2022: 93). Bezogen auf die Sender Das Erste, ZDF, Die Dritten, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL 2 und VOX geht in 2021 zudem über die Hälfte der Mediathekennutzung auf das Konto der fiktionalen Inhalte, während Information und Sport eher »klassisch« linear genutzt werden (vgl. Die Medienanstalten 2022: 50).

Für private und ö/r Medienunternehmen sind Spielfilme, TV-Movies und vor allem Serien entsprechend ein zentraler Erfolgsfaktor im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit und die Bindung ihrer Zuschauer/-innen.

Wenig Aufmerksamkeit und Wertschätzung für die fiktionale Unterhaltung in der laufenden Diskussion der ö/r Rundfunkreform

In auffälligem Kontrast dazu steht die geringe Aufmerksamkeit und Wertschätzung, die die fiktionale Unterhaltung in der laufenden Debatte um die Reform des ö/r Rundfunks und den neuen, im Dezember 2022 von den Ländern verabschiedeten Medienstaatsvertrag genießt. Dass der fiktionalen Unterhaltung in der laufenden Reformdiskussion wenig Beachtung geschenkt wird, muss schon allein angesichts der Tatsache erstaunen, dass der Gesetzgeber mit dem neuen Medienstaatsvertrag gerade für den Bestand an beitragsfinanzierter Unterhaltung

eine neue Einschränkung eingeführt hat. Im dritten Medienänderungsstaatsvertrag vom Dezember 2022 heißt es in § 26 (3): »Unterhaltung, die einem ö/r Profil entspricht, ist Teil des Auftrags« (MÄStVE 2022, 2).

Hat das Verfassungsgericht in seiner bisherigen Rechtsprechung im Caroline-von-Monaco-II-Urteil 1997 argumentiert, »dass auch der bloßen Unterhaltung der Bezug zur Meinungsbildung nicht von vornherein abgesprochen werden kann«, stellt der Gesetzgeber nun fest, dass es Unterhaltung geben kann, die einem ö/r Profil nicht entspricht (BVerfGE 1997: 228). Das wirft die bisher unbeantwortet gebliebene Frage auf, wie und anhand welcher Kriterien sich feststellen lässt, ob ein Angebot an fiktionaler Unterhaltung einem ö/r Profil entspricht und ob und in welcher Hinsicht die vorhandenen fiktionalen Programmprofile der ö/r Sender profilierungsbedürftig sind.

Dass der Gesetzgeber nur Programmen aus dem Bereich der Unterhaltung, nicht aber Programmen aus den Bereichen Information, Bildung und Kultur ausdrücklich ein ö/r Profil abverlangt, ist in politischen Kreisen als Aufforderung zur Priorisierung der anderen Programmsparten verstanden worden – mithin als Aufforderung, zukünftig, das Unterhaltungsangebot zugunsten von Informations-, Bildungs- und Kulturprogrammen zu reduzieren. Weil die Diskussion um die öffentliche Rundfunkreform in erster Linie durch den Akzeptanzverlust für Rundfunkbeiträge, deren Höhe und die damit verbundenen Sparzwänge angestoßen wurde, sind im Vorfeld der Gesetzesverabschiedung in politischen Kreisen sogar Forderungen erhoben worden, die nur sehr kostenintensiv zu produzierende fiktionale Unterhaltung ganz privaten Programmanbietern zu überlassen.

Solchen Forderungen ist von medien- und verfassungsrechtlicher Seite mit Verweis auf die verfassungsrechtlichen Bestandsgarantien für die Unterhaltung bereits eine Absage erteilt worden (vgl. Holznagel 2013; Rhein et al. 2022). Im Caroline-von-Monaco-II-Urteil hat das Bundesverfassungsgericht 1997 geurteilt:

> »Meinungsbildung und Unterhaltung sind keine Gegensätze. Auch in unterhaltenden Beiträgen findet Meinungsbildung statt. Sie können die Meinungsbildung unter Umständen sogar nachhaltiger anregen oder beeinflussen als ausschließlich sachbezogene Informationen. […] Unterhaltung in der Presse ist aus diesem Grund, gemessen an dem Schutzziel der Pressefreiheit, nicht unbeachtlich oder gar wertlos und deswegen ebenfalls in den Grundrechtsschutz einbezogen.« (vgl. BVerfGE 1997: 228)

Nach Holznagel kommt Unterhaltungsprogrammen im Vergleich zu Bildung und Informationen (also zur politischen Kommunikation) keine untergeordnete Bedeutung zu (vgl. Holznagel 2013: 6).

Darüber hinaus wäre es sehr naiv, zu glauben, dass von einer Abschaffung oder Reduzierung des Angebots an fiktionaler Unterhaltung automatisch die Akzeptanz

von Beiträge und die Reichweite von Informations-, Kultur- und Bildungsprogrammen profitieren würde. Weil sich auch in informations-, bildungs- und kulturaffinen Publikumsschichten das Interesse an entsprechenden Programmen nicht unendlich weiter steigern lässt, ist es sehr viel wahrscheinlicher, dass auch diese Publikumsschichten zu anderen Anbietern wechseln, die ein für sie attraktives Angebot an fiktionaler Unterhaltung bereithalten. So hat sich das jüngere, im Durchschnitt unter 60-jährige Publikum bereits mit Einführung privater Fernsehsender in 1984 vom ö/r Angebot an fiktionaler Unterhaltung ab- und zu großen Anteilen den Spielfilm- und Serienangeboten dieser privaten Fernsehanbieter zugewendet. Zugewendet hat sich das jüngere Publikum damit vor allem international erfolgreichen und preisgekrönten amerikanischen Spielfilmen und Serien.

> »In der Folge hat seit 2014 eine erdrutschartige Bewegung zu Lasten der linearen Fernsehsender und zugunsten der Streaming-Plattformen eingesetzt. Schon 2019 verbrachten die deutschen Zuschauer mehr Zeit mit Netflix als mit irgendeinem TV-Sender oder sonstigem Anbieter von audiovisuellen Inhalten überhaupt.« (Die Medienanstalten 2022, 98).

Zentrales Merkmal dieser Streamingdienste ist nicht nur, dass sie fiktionale Inhalte fokussieren und den Zuschauern/-innen Möglichkeiten bieten, diese Inhalte aus einem umfangreichen Repertoire nach persönlichen Interessen auszusuchen und zeitunabhängig zu konsumieren. Besonderheit des neuen Angebots ist zudem die Hochwertigkeit und Exklusivität der Filme und Serien. Mit diesem Angebotsprofil sind die Streamingdienste laut Konzentrationsbericht der Landesmedienanstalten schnell zu einer »disruptiven Kraft« im Bewegtbildmarkt geworden. Den Selbstverpflichtungserklärungen von ARD und ZDF 2021/2022 ist entsprechend zu entnehmen, dass die Sender und ihre Aufsichtsgremien gerade in neuen Spielfilm- und Serienangeboten eine Chance sehen, ihr zentrales Reformziel zu erreichen, wieder ö/r »Rundfunk für Alle« zu bieten und die unter 60-jährigen Publikumsschichten zu erobern (vgl. ARD 2021: 9f.; ZDF 2021: 15f.).

Qualität fiktionaler Unterhaltung definieren und bewerten: Neue Aufgaben und Herausforderungen für die Rundfunkaufsicht

Die deutsche Rundfunkpolitik traut es offenbar eher den internen Aufsichtsgremien der Sender als den programmverantwortlichen Profis selbst zu, Qualität zu definieren und das ö/r Profil zu schärfen. Obwohl das vorhandene Programmangebot unter der Aufsicht und im Einvernehmen mit den eigenen internen Aufsichtsgremien entwickelt wurde, ist der Gesetzgeber offenbar der Überzeugung, dass der

Reformprozess von einer Erweiterung der Aufgaben und Entscheidungsbefugnisse der Aufsicht profitieren könnte. In § 31 (4) des Medienstaatsvertrags heißt es:

> »Die Gremien haben die Aufgabe, für die Angebote der in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, des ZDF und des Deutschlandradios Richtlinien aufzustellen und die Intendanten in Programmfragen zu beraten. Die Richtlinien umfassen die Festsetzung inhaltlicher und formaler Qualitätsstandards sowie standardisierter Prozesse zu deren Überprüfung; die Richtlinien sind in dem Bericht nach Absatz 2 Satz 1 zu veröffentlichen und regelmäßig zu überprüfen.« (MÄStVE 2022, 5.)

Die im Entwurf zum neuen Medienstaatsvertrag vorgesehene Stärkung der Aufsichtsgremien ist nicht nur bei der damaligen, inzwischen unehrenhaft entlassenen RBB-Intendantin und amtierenden ARD-Vorsitzenden Patricia Schlesinger auf Ablehnung gestoßen, sondern auch von der Gremienvorsitzenden-Konferenz der ARD (kurz: GvK) selbst kritisch beurteilt worden:

> »Eine originäre Zuständigkeit der Rundfunkräte für die Definition der Qualitätsanforderungen (gemäß § 31 (2b), Satz 1 MÄStVE) könnte zu einer grundsätzlichen Verschiebung der Architektur der Aufsicht von einer nachlaufenden Kontrolle hin zu einer ex-ante-Kontrolle führen. Ein Vorrecht der Rundfunkräte bei der Definition der Qualitätsanforderungen würde die Unbefangenheit der Rundfunkräte bei der Überprüfung der Einhaltung und der Bewertung eventuellen Anpassungsbedarfs der Qualitätsanforderungen beeinträchtigen.« (GvK 2022: 2)

Externe Kritiker/-innen sehen durch die Stärkung der Aufsichtsgremien nicht in erster Linie die »Unbefangenheit von Rundfunkräten«, sondern die Rundfunkfreiheit gefährdet. Journalisten/-innen verweisen in diesem Zusammenhang auf die aktuellen Erfahrungen in Großbritannien, die zeigen, dass ein solcher Umbau der Entscheidungsverfahren und -maßstäbe Angriffsflächen für politische Kräfte bieten kann, die den ö/r Rundfunk mundtot machen und/oder zerschlagen wollen:

> »Dabei setzen sie auf drei unterschiedliche Angriffsmethoden. Zum einen drehen sie der über eine Rundfunkgebühr finanzierten BBC den Geldhahn zu. Daneben besetzen sie alle Positionen in den Aufsichtsgremien mit »ihren« Leuten. Doch am problematischsten ist die Masche, jegliche Berichterstattung durch das Ausgewogenheits-Nadelöhr zu jagen und so kritische und kontroverse Inhalte auszubremsen.« (Grimberg 2022).

Auch wenn wir in Deutschland von den politischen Verhältnissen in Großbritannien weit entfernt sind, machen die britischen Erfahrungen dennoch deutlich, wie wichtig es ist, Qualitätskriterien – und damit auch Maßstäbe für Ausgewogenheit – zu

entwickeln, die es erlauben, illegitime und ungerechtfertigte Ansprüche und Kritik zurückzuweisen. Dies gilt ganz unabhängig davon, ob solche Ansprüche und Kritik extern von Bürgern/-innen, von Politikern/-innen oder intern von in den Aufsichtsgremien vertretenen gesellschaftlich relevanten Gruppen oder auch von Programmverantwortlichen selbst erhoben werden.

Um zwischen legitimen und illegitimen Ansprüchen an die Programmpraxis der ö/r Anstalten unterscheiden zu können, bedarf es transparenter, wissenschaftlich fundierter und ethisch begründeter Qualitätskriterien, die die Vorgaben des gesetzlichen Funktionsauftrags reflektieren. Zu den gesetzlichen Vorgaben gehören die Informations-, Orientierungs- und Forumsfunktion, der Auftrag, zur gesellschaftlichen Integration auf regionaler, nationaler und europäischer Ebene und zur internationalen Verständigung beizutragen sowie der Kultur-, Produktions- und Innovationsauftrag.

Der ZDF-Fernsehrat hat bereits vor der Verabschiedung der Gesetzesnovelle mitgeteilt, dass er sich für diese anspruchsvollen neuen Aufgaben gut gerüstet sieht. Die Vorsitzende des ZDF-Fernsehrates, Marlehn Thieme, erklärt dazu in einem Interview mit Helmut Hartung von der Zeitschrift medienpolitik.net: »Es hat sich gezeigt, dass repräsentativ zusammengesetzte Gremien durch klar strukturierte Verfahren und gegebenenfalls mit Unterstützung von Experten sowie mit entsprechend ausgestatteten Gremiengeschäftsstellen diese anspruchsvolle Aufgabe gut bewältigen können« (vgl. Hartung 2022a).

Wie es in der Vergangenheit dann dennoch dazu kommen konnte, dass sich unter der Aufsicht dieser Gremien nicht nur die programmpolitische Priorisierung der Geschmacksvorlieben der älteren Zuschauergruppen, sondern auch die vielkritisierte Krimidominanz und der eklatante Mangel an Themen- und Rollenvielfalt und an sozialer, kultureller und zeitgeschichtlicher Kontextvielfalt in der beitragsfinanzierten fiktionalen Unterhaltung durchgesetzt hat, bleibt damit ungeklärt. Es haben sich nicht nur die jüngeren, unter 60-jährigen Zuschauergruppen von der ö/r fiktionalen Unterhaltung zugunsten privater Anbieter abgewendet. Auch das Urteil von Kreativen über das fiktionale Programmprofil der ö/r Anstalten ist in der Vergangenheit äußerst ernüchternd ausgefallen. Im Rahmen eigener, in 2009 und 2010 durchgeführter schriftlicher Befragungen von Drehbuchautoren/-innen attestierten gut 58 % der Befragten Sendern nicht nachvollziehbare Entwicklungsanforderungen und -prioritäten. Die Bereitschaft von Sendern, in Stoffentwicklungsprozesse zu investieren, bewerteten 75,6 % der Befragten als niedrig bis sehr niedrig. Geradezu vernichtend ist das Urteil von Drehbuchautoren/-innen über die Innovations- und Risikobereitschaft der Sender ausgefallen: 96,8 % der Befragten hielten die Innovations- und Risikobereitschaft von Sendern für niedrig bis sehr niedrig (vgl. Esch & Falkenroth 2011, 35f.).

Die Tatsache, dass von den Kreativen, die sich in der Deutschen Akademie für Fernsehen (DAfF) zusammengeschlossen haben, in 2022 im Rahmen ihrer in

medienpolitik.net veröffentlichten 10 Thesen zur Zukunft der Medienordnung die Einrichtung eines senderunabhängigen, aus Beitragsgeldern finanzierten Innovationsfonds gefordert wird, lässt sich als Ausdruck und Hinweis darauf interpretieren, dass Kreative der Innovationsbereitschaft von Sendern nach wie vor misstrauen (vgl. Hartung 2022c).

Weil es eine ausgesprochen anspruchsvolle Aufgabe ist, Programmrichtlinien, inhaltliche und formale Qualitätskriterien für die fiktionale Unterhaltung zu entwickeln, die den Programmauftrag reflektieren, muss es erstaunen, dass die vom Gesetzgeber im Entwurf des Staatsvertrags ursprünglich vorgesehene Verpflichtung zur Berücksichtigung medienwissenschaftlicher Erkenntnisse und publizistischer Praxis im Vorfeld der Gesetzesverabschiedung bei der GvK auf Ablehnung gestoßen und vom Gesetzgeber auch tatsächlich zurückgenommen worden ist. Während die GvK es für sinnvoll und gerechtfertigt hält, Ergebnisse des vorgesehenen institutionalisierten Austausches mit dem Publikum in ihre Bewertungen einfließen zu lassen, gilt das für die Ergebnisse der (Medien-)Wissenschaft nur im Einzelfall und für Erkenntnisse der publizistischen Praxis scheinbar gar nicht.

Aus Sicht der GvK ist wichtig,

> »dass der Wesenscharakter der Rundfunkräte als Vertretung der Allgemeinheit erhalten bleibt, die (medien-)wissenschaftliche Erkenntnisse ebenso in ihre Bewertung einbeziehen, wie die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft. […] Gleiches gilt für den lt. § 30 (2d) MÄStV-E künftig vorgesehenen institutionalisierten Austausch mit dem Publikum, dessen Ergebnisse allerdings in die Debatten der Rundfunkräte als institutionalisierter gesetzlicher Interessensvertretung der Allgemeinheit einfließen müssen, was vom Normgeber dann so auch explizit vorgesehen werden sollte, damit mittels eines direkten Austauschs der Programmverantwortlichen mit dem Publikum keine Umgehung der Rundfunkräte erfolgen kann.« (GvK 2022, 2f)

Als Fundament für die Entwicklung von Programmrichtlinien und von formalen und inhaltlichen Qualitätskriterien soll aus Sicht der GvK nicht in erster Linie Erkenntnisse der publizistischen Praxis und wissenschaftlich gesichertes Wissen zu den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft und zur Erfüllbarkeit der gesetzlich festgelegten Funktionserwartungen dienen, sondern die Meinungen der in der Aufsicht vertretenen gesellschaftlich relevanten Gruppen dazu und zu den Meinungen des Publikums. Das wirft die Frage auf, worauf sich diese Meinungen der in der Aufsicht vertretenen gesellschaftlich relevanten Gruppen stützen und ob und wie sie gerechtfertigt sind. Durch die Entscheidung des Gesetzgebers, die Festsetzung von Programmleitlinien und die Definition und Überwachung von Programmqualität künftig den Aufsichtsgremien zu überlassen, werden die damit verbundenen Rechenschafts- und Legitimationspflichten,

die sich aus dem Privileg der Beitragsfinanzierung ergeben, nicht aufgehoben, sondern nur in die Verantwortung der Gremien verschoben. Die Frage, die sich daraus ergibt: Wer kontrolliert in Zukunft die Kontrolleure/-innen? Zwar sieht der Gesetzgeber einen institutionalisierten Austausch mit dem Publikum vor, nicht aber einen institutionalisierten Austausch mit Experten/-innen der Praxis und eine wissenschaftliche Evaluation der von den Gremien festgesetzten Programmleitlinien und der Ansätze zur Definition und Überwachung von Programmqualität. Zuvor sind auch von den Sendern selbst betriebene Foren zur Qualitätsdiskussion, bei denen sich die Sender nicht dem Publikum, sondern dem Fachpublikum und wissenschaftlicher Kritik stellten mussten, abgeschafft worden. So wurden beispielsweise die »Mainzer Tage der Fernsehkritik«, die seit 1968 einmal jährlich auf dem ZDF-Gelände auf dem Lerchenberg stattgefunden haben, in 2011 abgeschafft. Die taz titelte über eine der letzten Veranstaltungen in 2009: »42. Mainzer Tage der Fernsehkritik: Wir hier oben, ihr da unten« und urteilte: »Zu wenig Tiefe, zu viel Geplänkel: Die 42. Mainzer Tage der Fernsehkritik nahmen ihr Fachpublikum nicht ernst« (Denk 2009).

Kritik an der Entsendungspolitik der Länder in die Aufsichtsgremien

Es wundert nicht, dass die Ausweitung der Entscheidungsbefugnisse der Aufsichtsgremien und die hier beschriebene Auffassung der GvK Kritiker/-innen auf den Plan ruft, die bezweifeln, dass das Spektrum an Meinungen zu Programmleitlinien und zur Definition und Überwachung von Programmqualität in den Gremien angemessen repräsentiert ist, und dass die Aufsichtsgremien in ihrer gegenwärtigen pluralistischen Zusammensetzung befähigt und in der Lage sind, die Interessen der Allgemeinheit zu vertreten. Die Kritik an der Entsendungspolitik der Länder wird lauter, und sie wird auch von Mitgliedern dieser Gremien erhoben.

Bendix Lippe, bis 2022 jüngstes Mitglied im ZDF-Fernsehrat, beklagt in seinem DWDL-Gastbeitrag die Überalterung des Fernsehrats und befürchtet einen »schleichenden Tod des ö/r Rundfunks«.

> »Der Mechanismus, junge Menschen müssten einfach nur alt werden, um Nutzer des ö/r Rundfunks zu werden: Glaube, der immer weiter von Statistiken widerlegt wird. Stattdessen müssen schon jetzt Programme gestaltet werden, die gegen die Privatsender, aber auch gegen Streamingdienste und soziale Netzwerke ankommen. Die Entwicklung von »funk« war hier ein richtiger Start, jetzt müssen schnell erhebliche, finanzielle Umschichtungen folgen. Im Fernsehrat sehen das – völlig überraschend – nicht alle so. Das Gremium selbst ist im Durchschnitt 57 Jahre alt, unter 35 gibt es nach meinem Weggang niemanden mehr.« (Lippe 2022).

Eine von den »Neuen Deutschen Medienmacher/-innen« 2022 vorgelegte Untersuchung zur Zusammensetzung aller ö/r Aufsichtsgremien bestätigt den Überalterungsbefund auch für die anderen Aufsichtsgremien.

> »Mit einem Durchschnittsalter von 57,8 Jahren sind alle untersuchten Gremien stark überaltert. Fast die Hälfte aller 542 Rundfunkratsmitglieder ist älter als 60 Jahre« (Neue Deutsche Medienmacher/-innen 2022:15). »Mit der Zusammensetzung des Publikums und der Vielfalt der deutschen Gesellschaft haben die meisten ö/r Kontrollgremien bisher tatsächlich wenig zu tun. Politiker*innen, Vertretungen von Wirtschaftsverbänden, Gewerkschaften und Abgesandte der beiden großen Kirchen dominieren die Gremien. Viele andere Gruppen und insbesondere solche, die in unserer Gesellschaft ohnehin nicht viel zu sagen haben, bleiben auch in den Rundfunkräten ohne Stimme: Menschen mit Behinderung, Eingewanderte und ihre Nachkommen, queere Menschen, Muslim*innen und viele mehr. Sie alle zahlen Rundfunkbeiträge, aber mitbestimmen dürfen sie nicht.« (ebd.: 11).

Ein Aspekt, den die Studie der Neuen Deutschen Medienmacher/-innen nicht untersucht, der m.E. aber durchaus untersuchungs- und diskussionswürdig wäre, ist die Frage nach den in der Aufsicht vertretenen Professionen und den gesellschaftlichen Werten und Funktionen, die sie repräsentieren. Warum sind in erster Linie Interessensvertreter/-innen der Politik, der Religion und der Wirtschaft in der Aufsicht vertreten, während Vertreter/-innen aus dem Gesundheitsbereich, aus Wissenschaft und Technologie, aus Erziehung und Bildung und aus Kunst, Kultur und Medien kaum zu finden sind? So ließe sich im Einzelnen sicher trefflich darüber streiten, warum in einer säkularisierten modernen Industrienation wie Deutschland die Kirchen, die Handwerkskammern und der Deutsche Bauernverband breit repräsentiert sind, nicht aber der Deutsche Ingenieursverband VDI/VDE, die Allianz deutscher Wissenschaftsorganisationen und die Ärztekammern. Aus meiner Sicht könnte der anstehende Reformprozess von mehr sozialer und kultureller Vielfalt und einer Erweiterung der professionstypischen Kompetenzen und Wertperspektiven in der Aufsicht durchaus profitieren. Damit wäre das weitaus gravierendere Problem der Aufsicht aber nicht gelöst, das darin besteht, dass die in der Aufsicht vertreten gesellschaftlich relevanten Gruppen in der Regel Medien-Laien sind. Im Zuge der Ausweitung der Aufgaben und Befugnisse der Aufsichtsgremien gewinnt dieses Problem an Bedeutung und Brisanz. Entsprechend werden Forderungen erhoben, zielgerichtet Expertengremien einzurichten, die die Aufsicht durch gesellschaftlich relevante Gruppen ergänzen und die Arbeit der bisherigen Kontrollgremien unterstützen oder auch ersetzen. Im Qualitätsmanagement von Wissenschaftsorganisationen werden solche auch als »Peer-Reviews« bezeichneten Methoden zur Qualitätsbewertung ergänzend zu Qualitätsbewertung anhand von Qualitätsindikatoren und Leistungskennziffern eingesetzt.

Forderung nach Einrichtung von Experten/-innen-Gremien

Prof. Dr. Stefan Sporn, Sprecher des Beirats der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht, hält die hier beschriebene Ausweitung der Aufgaben und Befugnisse der Medienaufsicht für einen Systemfehler. Er argumentiert in einem Interview mit Hartung von der Online-Zeitschrift »Medienpolitik«:

> »Wer es ernst meint mit einer Verbesserung der Aufsicht, muss sich gerade mit der Option von unabhängigen Expertengremien auseinandersetzen. Sie würden in einer immer komplexer werdenden Medienwelt höchste Gewähr für eine effiziente und regelkonforme Aufsicht bieten und damit letztlich den ÖR (sic!) stärken. Übrigens: Was für den ÖR (sic!) gilt, gilt auch für die Landesmedienanstalten als Aufsichtsinstitutionen über die privaten Medien: Ihre Kommissionen und Räte sind genauso »pluralistisch« mit überwiegend »Nicht-Experten« besetzt. Die laufenden Reformgespräche über eine Novelle des Medienstaatsvertrags sollten sich das Thema ehrlich und ernsthaft vornehmen; es wäre eine genutzte Chance.« (Hartung, 2022b)

Genutzt wurde diese Chance vom Gesetzgeber bekanntlich nicht. Auch wurde vom Gesetzgeber nicht in eine zielgerichtete Verbesserung der Wissens- und Entscheidungsgrundlagen für die Rundfunkaufsicht investiert.

Unzureichende Wissens- und Entscheidungsgrundlagen für die Aufsicht

In Fachkreisen ist dagegen über den hohen Bedarf an Professionalisierung der Aufsicht bereits intensiv diskutiert worden, lange bevor durch den neuen Staatsvertrag die Aufgaben und Befugnisse der Aufsicht noch weiter ausgebaut wurden (vgl. Lilienthal 2009). Von Seiten der Aufsichtsgremien selbst ist mit Nachdruck eine Verbesserung ihrer Wissens- und Entscheidungsgrundlagen gefordert worden. Vom Vorsitzenden der ARD-GvK, Andreas Meyer-Lauber, ist nach Nünning zu Recht noch vor Verabschiedung der Gesetzesnovelle kritisiert worden, dass die auftragsbezogenen Selbstverpflichtungserklärungen und Rechenschaftsberichte der Sender vage und wenig aussagekräftig im Blick auf die Frage sind, ob die Programmangebote der ö/r Sender dem Programmauftrag entsprechen und öffentlichen Mehrwert erzeugen (vgl. Nünning 2020). Im Blick auf die fiktionale Unterhaltung wurde in der Vergangenheit in erster Linie der quantitative Anteil der fiktionalen Unterhaltung am Programm, der Anteil an Eigen- und Koproduktionen, die Herkunft von Kauf- und Koproduktionen und das zeitliche Nutzungsvolumen in verschiedenen Zuschauergruppen erfasst. Den inhaltlichen und formalen Aspekten von fiktionalen Filmen und Serien wird kaum Beachtung geschenkt worden. Themen, Rollen und

soziale, kulturelle und zeitgeschichtliche Erzählkontexte und -perspektiven werden nicht erfasst und analysiert. Tragfähige Ansätze und Methoden, gemäß Programmauftrag den Informationswert von Spielfilmen und Serien und ihren Beitrag zur gesellschaftlichen Integration auf regionaler, nationaler und europäischer Ebene und zur internationalen Verständigung sowie ihre Innovationsfunktion zu erfassen und zu bewerten, sind bis heute nicht vorhanden. Und was noch gewichtiger erscheint: War die Programm- und Zuschauerforschung der ö/r Sender bestrebt, zur Rechtfertigung der Beitragsfinanzierung in ihren Jahresberichten im Bereich der Informations-, Kultur-, Bildungsprogramme die qualitative und quantitative Überlegenheit der ö/r Angebote nachzuweisen, sind solche Versuche in der fiktionalen Unterhaltung nicht zu finden. Auch Versuche der Sender, die Perspektive von Diversity und Chancengleichheit über die Personalpolitik hinaus in ihre Programmpolitik und ihre Public-Value-Strategie und damit auch in die eigenen Leitlinien und Selbstverpflichtungserklärungen und in ihre Programm- und Zuschauerforschung zu integrieren, stecken noch in den Kinderschuhen (vgl. Mohr & Schiller 2020).

Es fehlen nicht nur aussagekräftige, auf den gesetzlichen Funktionsauftrag und die Politik der Chancengleichheit abgestimmte Analysen zu den eigenen Stärken und Schwächen im Vergleich zu Wettbewerbern. Es fehlen auch aussagekräftige Umweltanalysen zur Frage, welche Chancen und Risiken sich aus Veränderungen im Markt oder in der technischen, sozialen oder ökologischen Umwelt ergeben. Eingehend fehlen auch Angaben dazu, wie sich die Sender auf neue Chancen und Risiken einstellen und ihre Stärken aus- und ihre Schwächen abbauen wollen. Solche SWOT-Analysen[1] haben sich in der Praxis als Instrument der strategischen Planung von Organisationen sehr bewährt. Bestrebungen von Sendern und ihren internen Aufsichtsgremien, ihre Rechenschaftsberichte am Modell von SWOT-Analysen zu orientieren, waren bisher aber dennoch nicht zu erkennen.

Ganz im Gegenteil: Aufgrund ihrer mangelnden Aussagekraft haben die Landesmedienanstalten ihre kontinuierliche Fernsehprogramm- und Zuschauerforschung in 2018 vorerst ganz eingestellt und bis heute nicht für Ersatz gesorgt (vgl. Die Medienanstalten 2019). Die Medienanstalten beklagen, dass die großen amerikanischen Streamingdienste, die sich rasant steigender Marktanteile in Deutschland erfreuen, sich in erster Linie durch hochwertige fiktionale Unterhaltung profilieren und auf dem heimischen und ausländischen Märkten zum schärfsten Wettbewerber für das ö/r und das private Fernsehen geworden sind, gegenwärtig durch die Programm- und Zuschauerforschung der Landesmedienanstalten und der ö/r Sender überhaupt nicht erfasst werden können (vgl. Die Landesmedienanstalten 2022, 323).

---

1 Die Buchstaben S-W-O-T sind die Abkürzungen für die englischen Begriffe Strengths, Weaknesses, Opportunities und Threats. Zu Deutsch: Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken.

Die Erwartung des Gesetzgebers, dass die in den Aufsichtsgremien vertretenen Medien-Laien ehrenamtlich und nebenbei erledigen, was der wissenschaftlichen Programm- und Zuschauerforschung der ö/r Sender und der Landesmedienanstalten in der Vergangenheit nicht gelungen ist, ist aus meiner Sicht nicht nachvollziehbar.

Auch in der Stellungnahme des Bredow-Instituts zum neuen Gesetzesentwurf wird argumentiert, dass die durch den neuen Medienstaatsvertrag angestoßene Strukturveränderung der Entscheidungsverfahren und -maßstäbe »ein nachhaltiges und breites strategisches Wissensfundament der Gremien« voraussetzt.

> »Sollen die Gremien die ihnen neu zugedachten Aufgaben verantwortungsvoll und optimal übernehmen können, bedürfen sie weit mehr Wissensressourcen als singulär einzuholenden Sachverstand. Hier bedarf es vielmehr eines gut ausgestatteten »Unterbaus« zu den alten und neuen Themenfeldern und Disziplinen, die das Gremium mit dem Wissen ausstatten, das für rationale und gute, an dem verfassungsrechtlichen und einfachgesetzlichen Funktionsauftrag der Anstalten orientierte Entscheidungen notwendig ist. Die Funktionserweiterung der internen Aufsichtsgremien erscheint als ein planhafter Akteurswandel, der bislang ohne den dafür notwendigen Strukturwandel auskommen soll.« (Rhein, Dreyer & Schulz 2022: 12).

Was in der Rundfunkpolitik im Vorfeld der Gesetzesverabschiedung aus meiner Sicht darüber hinaus verkannt wurde, ist die Tatsache, dass die Entwicklung und Gewichtung von Qualitätskriterien für die fiktionale Unterhaltung, die auf die Vorgaben des gesetzlichen Funktionsauftrags abgestimmt und zudem operationalisierbar und messbar sind, in der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung ein weitgehendes Forschungsdesiderat darstellt. Können die Gremien in Bezug auf Informations-, Kultur- und Bildungsprogramme noch auf gut erforschte und allgemein anerkannte journalistische Qualitätskriterien und -standards zugreifen, fehlt es für die fiktionale Unterhaltung an konsensfähigen, wissenschaftlich fundierten und ethisch gerechtfertigten Qualitätskriterien, die auf den gesetzlichen Funktionsauftrag abgestimmt sind und den höheren künstlerischen Freiheitsgraden von Spielfilmen, Serien und TV-Movies Rechnung tragen (vgl. von Rimscha, de Acevedo & Siegert 2010, Gerlach 2020, Weber 2020). Gerade für diesen besonders reichweitenstarken und nur sehr finanzintensiv zu produzierenden Programmbereich, dem auch von Sendern bei der Rückeroberung jüngerer Zuschauergruppen eine zentrale Rolle zugeschrieben wird, und dem der Gesetzgeber ausdrücklich eine ö/r Profilierung auferlegt hat, ist der Bestand an wissenschaftlich gesichertem Wissen und an wissenschaftlicher Beratungskompetenz ausgesprochen unterentwickelt. Wissenschaftliche Wissensgrundlagen und wissenschaftliche Beratungskompetenz zu Fragen der Qualität von beitragsfinan-

zierter fiktionaler Unterhaltung überhaupt erst einmal zu schaffen, scheint mir im laufenden Reformprozess eine vordringliche Aufgabe. Gefordert ist hier nicht nur die Rundfunkpolitik der Länder, sondern gefordert sind auch die Wissenschafts- und Forschungspolitik von Bund und Ländern und die universitäre und außeruniversitäre Forschung selbst.

Plädoyer für eine Verbesserung der wissenschaftlichen Wissensgrundlagen und der wissenschaftlichen Beratungskompetenz zu Funktion, Auftrag und Qualität der fiktionalen Unterhaltung

Dass der Bestand an wissenschaftlich gesichertem Wissen und wissenschaftlicher Beratungskompetenz zu den hier umrissenen Fragen gerade im Blick auf die fiktionale Unterhaltung ausgesprochen unterentwickelt ist, ist der Tatsache zu verdanken, dass die Unterhaltungsforschung in den kommunikations- und medienwissenschaftlichen Diskursen nach wie vor ein Schattendasein führt. In der universitären und außeruniversitären Forschung ist sie nur unzureichend strukturell verankert. Im Spektrum der deutschen Filmhochschulen hat nach wie vor nur die Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF in Potsdam-Babelsberg Universitätsstatus und damit einen ausdrücklichen Forschungsauftrag. Nach meinem Informationsstand findet sich außerhalb der Filmuniversität an keiner anderen deutschen Universität ein einzig auf kommunikations- und medienwissenschaftliche Unterhaltungsforschung spezialisiertes Fachgebiet. Im Spektrum der vom Bund geförderten vier großen außeruniversitären Forschungsorganisationen Max-Planck-Gesellschaft, Fraunhofer-Gesellschaft, Helmholtz-Gemeinschaft und Leibniz-Gesellschaft mit ihren aktuell 276 Einzelinstituten ist einzig und allein das seit 2019 der Leibniz-Gesellschaft zugeordnete Hans-Bredow-Institut in Hamburg der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschung gewidmet.[2] Aber auch am Hans-Bredow-Institut ist keine nachhaltige strukturelle Verankerung von Unterhaltungsforschung zu erkennen. Im Rahmen des auf Beschluss des Bundestages in 2020 gegründeten, dezentralen und multidisziplinären »Forschungsinstituts Gesellschaftlicher Zusammenhalt (FGZ)«[3], in dem dem Bredow-Institut die Aufgabe zukommt, die Rolle der Medien für den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu bestimmen, ist die fiktionale Unterhaltung nicht mal eine Erwähnung wert (vgl. Hasebrink et al. 2020). Die Studie von Schumacher & Warnemünde aus 2019

---

2 Von den 276 Einzelinstituten entfallen 85 auf die Max-Planck-Gesellschaft, 76 auf die Fraunhofer-Gesellschaft 18 auf die Helmholtz-Gemeinschaft und 97 auf die Leibniz-Gesellschaft.

3 Weitere Infos dazu sind unter folgender Web-Adresse zu finden: https://www.geistes-und-sozialwissenschaften-bmbf.de/de/Forschungsinstitut-Gesellschaftlicher-Zusammenhalt-1706.html (zuletzt abgerufen am 19.1.2023)

zum gesellschaftlichen Zusammenhalt in Zeiten des medialen und gesellschaftlichen Wandels zeigt, dass Zuschauer/-innen Serien und Filmen im Gegensatz dazu eine hohe Bedeutung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt beimessen (vgl. Schumacher & Warnemünde 2019). Gestützt wird diese Einschätzung des Publikums auch durch soziologische, philosophische, (emotions-)historische Forschungsätze sowie durch an Ansätze der sozialwissenschaftlichen Foresight- und der technikwissenschaftlichen Designforschung.[4] Tatsächlich ist außerhalb der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Unterhaltungsforschung in diesen Disziplinen und Forschungsbereichen in der jüngeren Vergangenheit ein wachsendes Interesse an Spielfilmen und Serien und auch an einer inter- und transdisziplinären Zusammenarbeit vom Science und Fiction zu erkennen (Esch & Falkenroth 2018; Kirby 2018, Kirby et al. 2015).

Die bisherige strukturelle Verankerung von Unterhaltungsforschung in Deutschland steht nicht nur im großen Kontrast zur hohen Publikumsattraktivität und Reichweite von fiktionaler Unterhaltung und zu ihrer Rolle als zentraler Wirtschaftsfaktor und Erfolgsfaktor für Medienunternehmen und als Treiber einer nie dagewesenen Konzentration von Meinungsmacht auf den privaten Medien-Märkten im In- und Ausland. Zudem wird sie weder der Bedeutung fiktionaler Unterhaltung für die soziale und kulturelle Identitätsbildung, für die politische Meinungsbildung und ihrem Beitrag zur gesellschaftlichen Integration und zur internationalen Verständigung gerecht, noch ihrem nachgewiesenen Potenzial, zu einem wünschenswerten sozialen und gesellschaftlichen Wandel beizutragen. Die unzureichende strukturelle Verankerung von Unterhaltungsforschung hat entsprechend wesentlich dazu beigetragen, dass es in den internen Aufsichtsgremien der ö/r Rundfunkanstalten und in den Landesmedienanstalten gegenwärtig an den für die Wahrnehmung ihrer Aufsichtspflichten nötigen und wissenschaftlich gesicherten Wissens- und Entscheidungsgrundlagen fehlt. Dass sich die vielfaltsgefährdende Konzentration von Meinungsmacht auf Seiten einiger weniger, global agierender Streamingdienste gegenwärtig weder erfassen, noch politisch beeinflussen lässt, wird durch den Konzentrationsbericht der Landesmedienanstalten unterstrichen (vgl. Die Landesmedienanstalten 2022: 323). Ein von der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) beauftragtes Gutachten vom Fraunhofer-Institut Focus bestätigt den Bedarf an Nutzungsdaten von Streamingdiensten (vgl. Arbanowski et al. 2021). In der Rundfunkpolitik und in den Aufsichtsgremien der ö/r Sender, in der Wissenschafts- und Forschungspolitik von Bund und Ländern und in der universitären und außeruniversitären Forschung selbst ist das Bewusstsein für den unzureichenden Bestand an wissenschaftlich

4 (vgl. Luhmann 1996; Beckert 2020; Beckert & Bronk 2019; Brand & Meisch 2018; Brand et al. 2022; Kettner 2018; Frevert 2018; Borge et al. 2019; Hessler & Hitzer 2019; Johnson 2011; Burnam-Fink 2015; Kymalaien 2016; Award et al. 2020)

gesichertem Wissen und wissenschaftlicher Beratungskompetenz zur fiktionalen Unterhaltung meinem Eindruck nach noch unterentwickelt.

Die Theorie- und Wissensbestände verschiedener Disziplinen und Forschungsansätze und das Erfahrungswissen von Filmschaffenden zu einer inter- und transdisziplinären Forschungsinitiative zur Entwicklung von inhaltlichen und formalen Qualitätskriterien für die (beitragsfinanzierte) Unterhaltung und von Methoden zur Qualitätsüberwachung zu bündeln, könnte aus meiner Sicht ein erster wichtiger Meilenstein auf dem Weg zum Aufbau des auch von Vertretern/-innen des Bredow-Instituts angemahnten »Unterbaus« sein, der die Aufsichtsgremien in den Rundfunkanstalten und in den Landesmedienanstalten mit dem Wissens ausstattet, dass für rationale und gute Entscheidungen notwendig ist.

Dr. Marion Esch studierte Medienwissenschaften, Politologie und Erziehungswissenschaften an der Technischen Universität Berlin. Seit 2008 hat sie als Gastprofessorin an der *TUB* neue Wege der Nachwuchsgewinnung bestritten und die Initiative MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Fernsehformaten ins Leben gerufen. Als Vorstandsvorsitzende der *Stiftung für MINT-Entertainment-Education* entwickelt sie derzeit Ansätze zur MINT-Bildung durch fiktionale Programmformate weiter.

Literaturliste

Arbanowski, Stefan/Robert Seeliger/Christopher Krauß/Martin Lasak (2021): Ansätze für eine Nutzungserfassung von Video-Streaming-Angeboten. Gutachten des Fraunhofer-Instituts für Offene Kommunikationssysteme FOKUS im Auftrag der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), Berlin, [online] https://www.fokus.fraunhofer.de/de/news/fokus/fame/kek_gutachten_2021-03 (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

ARD (2021): Selbstverpflichtung 2021/2022 gemäß § 31 (II) MSTV, S. 1–31, [online] https://www.ard.de/die-ard/ARD-Selbstverpflichtung-2021-100.pdf (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Awad, Edmond/Sohan Dsouza/Azim F. Shariff/Iyad Rahwan/Jean-François Bonnefon (2020): Universals and variations in moral decisions made in 42 countries by 70,000 participants, in: *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, National Academy of Sciences, Bd. 117, Nr. 5, S. 2332–2337, [online] doi:10.1073/pnas.1911517117.

Beckert, Jens (2020): Capitalism: Anticipating the Future Present, in: *The Fictions of American Capitalism.*, [online] doi:10.1007/978-3-030-36564-6_3.

Beckert, Jens (2020): Capitalism: Anticipating the Future Present, in: Coste JH., V. Dussol (eds), The Fictions of American Capitalism. Palgrave Studies in Literature, Culture and Economics. Palgrave Macmillan, Cham, 69–88.

Beckert, J. & Richard Bronk (2019): Uncertain Futures. Imaginaries, Narratives, and Calculative Technologies. MPIfG Discussion Paper 19/10. Köln: Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung. ISSN 1864–4325 (Internet).

Borge, Jessica/Tricia Close-Koenig/Sandra Schnädelbach (2019): The Science of Television: Television and its Importance for the History of Health and Medicine, in: *Gesnerus-swiss Journal of The History of Medicine and Sciences*, Schwabe AG, Bd. 76, Nr. 2, S. 153–171, [online] doi:10.24894/gesn-en.2019.76008. (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Brand, Cordula/Simon Meisch (Hg.) (2018): *Ethik in Serie*, in: Internationales Zentrum für Ethik in den Wissenschaften (IZEW) (Hg.): Materialien zur Ethik in den Wissenschaften (Hg.), Band 13, 2. Aufl. 2018, Tübingen, [online] https://publikationen.uni-tuebingen.de/xmlui/bitstream/handle/10900/83372/Brand-Meisch_Ethik%20in%20Serie_web.pdf?sequence=1 (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Brand, Cordula/Simon Meisch/Uta Müller (Hg.) (2022): *Ethik in Serie. Zweite Staffel*, in: Internationales Zentrum für Ethik in den Wissenschaften (IZEW) (Hg.): Materialien zur Ethik in den Wissenschaften (Hg.), Band 14, 1. Aufl. 2022, Tübingen, [online] https://publikationen.uni-tuebingen.de/xmlui/bitstream/handle/10900/125317/IZEW_Bd_14_Ethik_in_Serie_Staffel_2_OA.pdf?sequence=1 (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Burnam-Fink, Michael (2015): Creating narrative scenarios: Science fiction prototyping at Emerge, in: *Futures*, Elsevier BV, Bd. 70, S. 48–55, [online] doi:10.1016/j.futures.2014.12.005.

Denk, Davis. (2009): 42. Mainzer Tage der Fernsehkritik: Wir hier oben, ihr da unten. Zu wenig Tiefe, zu viel Geplänkel: Die 42. Mainzer Tage der Fernsehkritik nahmen ihr Fachpublikum nicht ernst, in: *taz* 25. 3. 2009, [online] https://taz.de/42-Mainzer-Tage-der-Fernsehkritik/!5165669/ (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Die Medienanstalten – ALM GbR (2022): Zukunftsorientierte Vielfaltssicherung im Gesamtmarkt der Medien. Bericht der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) und über Maßnahmen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk, Berlin, [online] https://www.kek-online.de/publikationen/medienkonzentrationsberichte/siebter-konzentrationsbericht-2021 (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Die Medienanstalten – ALM GbR (2019): Content-Bericht 2018. Forschung, Fakten, Trends, Berlin.

Esch, Marion & Christoph Falkenroth (2018): Zeitenwende in der Deutschen Fiction – Neue Chancen für mehr MINT und mehr Genre-, Themen- und Rollenvielfalt?, in: MINTEEE (Hg.): Science meets Fiction, Köln, S. 44–61.

Esch, Marion & Christoph Falkenroth (2011): Gestaltungsspielräume für die Stoffauswahl – Ausgewählte Ergebnisse einer Befragung von Filmschaffenden, in:

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (Hg.): *MINT und Chancengleichheit in fiktionalen Fernsehformaten*, Bonn, Berlin, S. 32–42.

Frevert, Ute (2018). Politische Bildung – Mit Gefühl? *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 68 (13–14), S. 18–24.

Gerlach, Frauke. (2020): Werte, Normen und Leitlinien — Reflexionen über die »Grimme-DNA«. In: Frauke Gerlach (Hg.): *Medienqualität. Diskurse aus dem Grimme-Institut zu Fernsehen, Internet und Radio.* Bielefeld, S. 76–90.

Gremienvorsitzendenkonferenz (GvK) (2022): Stellungnahme der Gremienvorsitzendenkonferenz der ARD im Konsultationsverfahren zum MÄStV-E (Beschluss: 13.01.2022), [online] GvK-Stellungnahme-im-Konsultationsverfahren-zum-MAeStV-E-100.pdf(aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Grimberg, Steffen (2022): BBC unter Druck: An Johnsons Leine, in: taz, 30. 6. 2022, [online] https://taz.de/BBC-unter-Druck/!5861357/ (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Hartung, Helmut (2022a): »Wir stehen gegenüber den Beitragszahlenden in der Pflicht«, in: *medienpolitik.net*, 06.07.2022, [online] https://www.medienpolitik.net/2022/07/wir-stehen-gegenueber-den-beitragszahlenden-in-der-pflicht/?crmailing=13708739&crcustomer=1923&crlink=73275620. (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Hartung, Helmut (2022b): Ein gesetzlicher Systemfehler, in: *medienpolitik.net*, 29.09.2022, [online] https://www.medienpolitik.net/2022/08/ein-gesetzlicher-systemfehler/?crmailing=13822991&crcustomer=1923&crlink=74828255. (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Hartung, Helmut (2022c): Gut gemeint, in: *medienpolitik.net*, 02.02.2022, [online] https://www.medienpolitik.net/2022/02/gut-gemeinte-vorschlaege/?utm_source=CleverReach&utm_medium=email&utm_campaign=02-02-2022+Deutsche+Fernsehakademie+-+gut+gemeinte+Vorschl%C3%A4ge&utm_content=Mailing_13336115 (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Hasebrink, Uwe/Jan-Hinrik Schmidt/Wiebke Loosen/Wolfgang Schulz (2020): Medien und gesellschaftlicher Zusammenhalt. In: N. Deitelhoff, O. Groh-Samberg, M. Middell (Hg.) *Gesellschaftlicher Zusammenhalt. Ein interdisziplinärer Dialog.* Frankfurt/New York, S. 333–348.

Holznagel, Bernd (2013): Der Programmauftrag fiktionaler Fernsehunterhaltung in Deutschland – Normativer Anspruch und Realität, in: FUNKKORRESPONDENZ 9/2013, 3–8.

Johnson, Brian David (2011): Science Fiction Prototyping: Designing the Future with Science Fiction, Morgan & Claypool.

Kettner, Matthias. (2018): »Black Mirror« – Technikfolgenabschätzung in Serie. In: Cordula Brand/Simon Meisch (Hg.): *Ethik in Serie.* In: Internationales Zentrum für Ethik in den Wissenschaften (IZEW) (Hg.): Materialien zur Ethik in den Wissenschaften (Hg.), Band 13, 2. Aufl. 2018, Tübingen, S. 195–209.

Kirby, David A. (2018): Goldenes Zeitalter für Wissenschaft in der Unterhaltung, in: MINTEEE (Hg.): Science meets Fiction, Köln, S. 41–45.

Kirby, David A./Amy C. Chambers/William R. Macauley (2015): »What Entertainment Can Do for Science, and Vice Versa«, *Research Fortnight*, 459, 22.

Kymalainen, Tiina (2016): Science Fiction Prototypes as a Method for Discussing Socio-Technical Issues within Emerging Technology Research and Foresight. In: Athens Journal of Technology & Engineering (12/2016), S. 333–347.

Lilienthal, Volker (Hg.) (2009): *Professionalisierung der Medienaufsicht.* Wiesbaden.

Lippe, Bernd (2022): Der schleichende Tod des ö/r Rundfunks. Gastkommentar, in: *DWDL*, 14.07.2022 [online] https://m.dwdl.de/a/88755 (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. Weinheim.

Mohr, Inge/Dietmar Schiller (2020): Strategie und Best Practice des ö/r Rundfunks im In- und Ausland. Diversity und Public Value – gesellschaftliche Vielfalt als Mehrwert für alle, in: *Media Perspektiven* 1/2020, 3–13.

Neue Deutsche Medienmacher/-innen (2022): Welche Gesellschaft soll das abbilden? Mangelnde Vielfalt in Rundfunkräten und was dagegen hilft, [online] https://neuemedienmacher.de/zahlen-fakten/rundfunkraete/ (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Nünning, Volker (2020): Meyer-Lauber: Gremien der Sender sind für Präzisierung des Programmauftrags zuständig. In: Medienkorrespondenz 26/2020. [online] https://www.medienkorrespondenz.de/politik/artikel/meyer-lauber-gremien-der-sender-sind-fuer-praezisierung-des-programmauftrags-zustaendig.html (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Rhein, Valerie/Stephan Dreyer/Wolfgang Schulz (2022): Schriftliche Stellungnahme zu dem Diskussionsentwurf zu Auftrag und Strukturoptimierung des ö/r Rundfunks. Leibnitz-Institut für Medienforschung, Hans Bredow Institut, [online] www.http//ic9uoba_HBI_Stellungnahme_MStV-E.pdf (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Von Rimscha, M. Bjørn/Miriam De Acevedo/Gabriele Siegert (2011): Unterhaltungsqualität und Public Value, in: *Public Value. Theorie und Praxis im internationalen Vergleich*, [online] doi:10.1007/978-3-531-92618-6_10.

Schumacher, Gerlinde & Mignon Warnemünde (2019): Gesellschaftlicher Zusammenhalt in Zeiten des medialen und gesellschaftlichen Wandels, in: *Media Perspektiven* 11/2019, S. 515–527.

Weber, Tanja (2020): Fernsehqualität im Wandel — eine medienwissenschaftliche Diskursbetrachtung. In: Frauke Gerlach (Hg.): Medienqualität. Diskurse aus dem Grimme-Institut zu Fernsehen, Internet und Radio, Bielefeld, S. 35 -56.

ZDF (2021): Grundlagen – Selbstverpflichtungserklärung, [online] www.http//grundlagen-selbstverpflichtungserklaerung-2021-100-6.pdf (aktuell zuletzt am 16.05.2023)

Zubayr, Camille (2019): Beobachtungen der Zuschauerforschung zum Film- und Serienkonsum im Fernsehen. ARD-Werkstatt »Diversität 360 Grad« mit Drehbuchautoren/-innen des VDD, Hamburg 19. September 2019. Unveröffentlichte Präsentation.

Zubayr, Camille, Denise Haddad & Lea Hartmann (2022): Tendenzen im Zuschauerverhalten. Nutzungsgewohnheiten und Reichweiten im Jahr 2021, in: *Media Perspektiven* 3/2022, 92–104.

Wie geht es in Zukunft mit dem Kinderfernsehen weiter?

Können innovative Finanzierungs-, Produktions-, und Evaluierungsmodelle für mehr Vielfalt und Qualität sorgen?

Dieter Wiedemann

Einleitung

Ich beginne diesen Beitrag mit einer steilen These: Audiovisuelle Kindermedien sollten m.E. aus der Finanzierung des ö/r Rundfunk herausgelöst werden. Ich wünsche mir stattdessen eine staatliche Finanzierung für gesellschaftlich relevante, Kindermedien, weil diese in Gegenwart und Zukunft einen Bildungsauftrag erfüllen (müssen), der durchaus mit dem klassischem Bildungsauftrag der traditionellen Bildungsangebote (Kita, Schule etc.) gleichgesetzt werden kann! Unsere Gesellschaft hat eine nicht delegierbare Verantwortung für die Bildung und Erziehung der Kinder und die betrifft neben Eltern und Schulen auch und insbesondere die derzeit operierenden Bildungs- und natürlich auch Unterhaltungsmedien für Kinder.

Mein Vorschlag berührt zwei – quasi sakrale – Grundbefindlichkeiten der BRD: Länderhoheit über Bildung und Medien einerseits. Und das Gebot der Staatsferne der ö/r Medien andererseits!

Es ist in den globalen, von Netzwerken bestimmten Lebenswelten nicht mehr demokratisch vermittelbar, dass Bildung und Medien in der BRD von länderspezifischen Partikularinteressen bestimmt werden. Wir brauchen vielmehr national verbindliche Bildungsinhalte. Seit vielen Jahren wird in den Urteilen des Bundesverfassungsgerichtes zur Rundfunkfreiheit von einer »dienenden Funktion gegenüber der individuellen und öffentlichen Meinungsbildung« gesprochen. Diese »dienende Funktion« wird im Grundgesetz der BRD aber auch von allen Verfassungsorganen gefordert. Wobei meine Frage bleibt: warum vertrauen wir eigentlich nicht steuerfinanzierten Kindermedien, die von der Bevölkerung und nicht von irgendwelchen Gremien (Parteien, Gewerkschaften, Gemeinschaften etc.) gefördert und kontrolliert werden? Warum können also nicht Fernseh-, Hörfunk- und Onlineprogramme

für Kinder öffentlich ausgeschrieben und von einem weder partei- noch standortpolitisch besetzten Expert*innengremium entschieden werden?

Unser Staat finanziert z.B. die Schulbildung mit jährlich 176 MRD €, ermöglicht aber auch private Schulgeldzahlungen. Warum sollte das also in einer unumstritten wichtigen Bildungsinstitution, nämlich den Kindermedien, nicht auch möglich sein? Immerhin werden die verbindlichen Schulbücher in den verschiedenen Bundesländern ausschließlich von privaten Verlagen, nach Maßgaben der verschiedenen Landesministerien, produziert!

Ich will meine Überlegungen noch einmal präzisieren: Die Kinder, die in unserem Land leben, sind das Wichtigste, was wir haben! Wir können ihnen nicht, wie Herbert Grönemeyer ironisch vor Jahrzehnten forderte, die Macht überlassen.[1] Wir müssen sie aber endlich ernst nehmen als eine Generation mit eigenen Wünschen und Hoffnungen in Sachen Bildung und Medien, aber auch in Sachen individueller Lebensentwürfe. Dafür benötigt unsere Gesellschaft flexiblere Finanzierungsmodelle als die des ö/r Rundfunks. Sie braucht aber auch und insbesondere eine gesellschaftliche Diskussion darüber, wie wichtig uns Bildung und Erziehung junger Menschen sind. Und zwar in intakten Schulsystemen gleichermaßen wie in Mediensystemen, die die Entwicklung fördern sollen. Und daher wäre das im Zuge der derzeitigen Reformdebatte aufgeworfene mögliche Ende des KiKA als lineares TV-Programm ein fatales Signal. Vielmehr sind unbedingt auch weiterhin lineare Programmangebote für die unter 14-jährigen notwendig, wie ich weiter unten ausführen werde.

1. KIKA in Gefahr? Was steht in den Medienstaatsverträgen?

Im Oktober 2022 unterzeichneten die Ministerpräsident*innen der Bundesländer den dritten Medienänderungsstaatsvertrag, in dem die Karten für den ö/r Rundfunk neu gemischt wurden. Auf einmal wurden die Daseinsberechtigungen bestimmter ö/r Fernsehangebote, wie z.B. der KiKA als lineares Angebot, in Frage gestellt. Es gab damals – und übrigens bis heute, auch bei den Feierlichkeiten zum 25. Geburtstag des KiKA nicht – kein »the lost Generation for KiKA« und auch keine Proteste der Verbände zum Schutze von Kindern. Diese fehlenden Reaktionen sind erstaunlich und deprimierend zugleich: Während die scheinbaren Lieblingsangebote für das deutsche Feuilleton (arte und 3SAT) des ö/r Fernsehens eine Bestandsgarantie bekamen – die der Autor durchaus begrüßt – und auch die dritten Programme zu keinerlei Angebotsüberprüfungen aufgefordert wurden (was ich weniger begrüßenswert finde), wurde diese Bestandsgarantie dem KiKA verweigert. Sicher könnte jetzt darauf verwiesen werden, dass es ja durchaus

1 Kinder an die Macht, Song von Herbert Grönemeyer 1986

auch erfolgreiche private lineare Angebote für Kinder gibt, z.B. Super RTL/Toggo, Disney Chanel oder Nick, die sich einer großen Beliebtheit bei den 3- bis 13-jährigen erfreuen! Die Angebote der Privatsender sind auch bei Erwachsenen sehr beliebt, was in diesem Beitrag aber nur insofern eine Rolle spielen sollte, dass die Mediennutzung der Erwachsenen (Eltern) wahrscheinlich Auswirkungen auf das Sehverhalten der Kinder hat. Aber zurück zum KiKA: Der Umstand, dass die gesellschaftliche Teilhabe von Kindern an den durch die AV-Medien vermittelten ö/r Angeboten als linear ausgestrahltes Programm eventuell bald nicht mehr möglich sein könnte, wurde von Politik und Gesellschaft weitgehend ausgeblendet! Der in den gesellschafts- und medienpolitischen Begründungen für diese Abkehr von den linearen zu den nonlinearen Angeboten für die jungen Generationen immer wieder gebrachte Hinweis auf deren veränderten Nutzungsgewohnheiten muss zweifellos berücksichtigt werden! Leider wird hierbei nicht bedacht, dass die Mediennutzung im Netz in der Regel unter anderen Bedingungen stattfindet und damit auch andere Nutzungsweisen prägen kann!

2. Die Privatsender liegen vorne!

Der Anteil der ö/r TV-Angebote lag laut KIM-Studie[2] in der TV-Nutzung bei den 3- bis 13-jährigen im Jahr 2020 bei 25 %. Der KiKA liegt bei 13,2 % und ist damit knapp vor Super RTL mit 13 % der meist frequentierte Sender bei Kindern. Für 16,4 % konnte keine Nutzung der in der KIM-Studie angeführten deutschsprachigen TV-Angebote nachgewiesen werden. Das heißt 53,6 % der 3- bis 13jährigen bevorzugen private deutschsprachige TV-Angebote! Während bei den 3- bis 5jährigen immerhin noch knapp ein Drittel (32,7 %) von den ö/r Programmen erreicht werden, sind es bei 12- bis 13jährigen nur noch 21,1 %. Befragt nach der Beliebtheit von Sendern liegt bei den 3 bis 13-jährigen der KiKA mit 29 % Nennungen vor Super RTL/Toggo mit 22 %. Dann folgen mit RTL (10 %), ProSieben (7 %) und Das Erste (2 %). Alles also Anbieter, die keine ausgesprochenen Kindersender sind. In der obersten Altersgruppe bei den 12 – 13jährigen dominieren bei der Beliebtheit bereits eindeutig RTL (19 %) und ProSieben (18 %), Das Erste kommt auf 5 %. Die Tendenz zur Bevorzugung privater Fernsehangebote durch Kinder zeigt sich also auch hier.

Um das noch einmal zusammenzufassen: Die in diesen Studien untersuchten Fernsehangebote erreichen im Durchschnitt am Abend (ab 20.00 Uhr) etwa 12,5 % der 3- bis 13-jährigen, also zu einem Zeitpunkt, der doch etwas jenseits der ö/r Kinderangebote liegt. In der nutzungsintensivsten Primetime (19.00 – 21.00)[3] sahen

2 Feierabend et al.: Kindheit, Internet, Medien: Kontinuität trotz Pandemie. In: Media Perspektiven 4/2021: 202ff.

3 ebenda, S. 220

im Jahr 2020 16 % der 3- bis13-jährigen den KiKA (2012 waren es noch 21,6 %) und 13,8 % weitere ö/r Angebote. 57,3 % der von den Kindern in der Primetime genutzten Fernsehangebote entfielen aber auf private Anbieter. Eine Differenzierung nach Altersgruppen bringt – dieses mal wieder bezogen auf die gesamte Sendezeit eines Tages – folgende interessante Ergebnisse:

- bei den 3- bis 5jährigen dominieren die beiden »Kinderangebote«: KiKA mit 22,2 % Marktanteil und Super RTL mit 17,0 %. Insgesamt erreichen die ö/r Angebote 32,7 % dieser Altersgruppe und die privaten Anbieter 51,6 %
- bei den 12- bis 13jährigen erreichen die ö/r Anbieter 20,1 % dieser Altersgruppe, in erster Linie durch das Erste (7,1 %) und die privaten Anbieter 58,4 %[4]
- Eine Auswertung der Angebote von ARD (nur ARD und dritte Programme) und ZDF (nur ZDF) im Zeitraum vom 16.1. bis 23.1. 2023 für die Zeit von 17.00 bis 23.00 zeigt, dass dies auch die Hauptsendezeiten für regionale Magazine in den dritten Programmen bzw. für Dokumentationen, Reportagen und Magazine sind
- für diesen Zeitraum konnte ich für die gewählte Zeitspanne aber auch 22 Krimiangebote, 12 Tiersendungen, 18mal »Brisant« und das ZDF-Adäquat, sowie 9 Rateshows und 7 Shows zählen.
- Bemerkenswert wie gleichermaßen überdenkenswert: der RBB und der MDR bieten zeitversetzt noch den Abendgruß des Sandmännchens an!
- In diesem Zeitraum haben ARD und ZDF auch ihre wichtigsten Informationssendungen platziert, über deren Nutzung von Kindern es leider kaum Ergebnisse gibt.

Auf die Angebote der bei den älteren Kindern bereits dominierenden TV-Angebote der privaten Anbieter will ich hier nicht weiter eingehen, nur ein Hinweis: auch deren Informationssendungen sind in dem betrachteten Zeitraum platziert. Eine Erklärung für diese Ergebnisse könnten vielleicht die Erziehungs- und Fernsehgewohnheiten der Eltern sein.

3. Das Internet als MegaProblem schon bei Kindern?

Die KIM-Studie zeigt, ebenfalls mit Ergebnissen aus dem Jahr 2020[5], dass von den 12–13jährigen bereits 55 % ein selbst nutzbares Fernsehgerät, 73 % ein Smartphone und 47 % einen Internetzugang besitzen, d.h. diese älteren Kinder bzw. jungen

4 eigene Auswertung nach Daten: ebenda, S. 223

5 Feierabend et al.: Kindheit, Internet, Medien: Kontinuität trotz Pandemie. In: Media Perspektiven 4/2021: 202ff.

Leute können relativ frei über ihren Medienzugang entscheiden. Aber: Immerhin können bereits 7 % der 6-7-Jährigen (nach Angaben der Haupterzieher*innen) ein Smartphone nutzen, 16 % ein Fernsehgerät und 5 % das Internet![6] Hier stellt sich natürlich die Frage nach einer frühkindlichen Medienerziehung, die wahrscheinlich derzeit weder von Eltern noch von staatlichen Bildungseinrichtungen geleistet werden kann! Es spielt also definitiv bereits bei vielen jüngeren Kindern die Internetnutzung eine wichtige Rolle: 2020 nutzten 58 % der Kinder das Netz mindestens einmal pro Woche (92 % der 12- bis 13-jährigen), 49 % sahen sich ebenso regelmäßig Videos im Netz, z.B. bei YouTube an. Dennoch ist das »Fernsehgerät nach wie vor zentral für die Bewegtbildnutzung! Während das Fernsehgerät bei allen Altersgruppen gleichermaßen an erster Stelle steht, werden zur Bewegtbildnutzung mit zunehmendem Alter der Kinder allerdings immer häufiger mobile Endgeräte relevant«[7] Die Ergebnisse der KIM-Studie lassen m.E. u.a. die folgende Hypothese zu: Kinder suchen im Netz nicht primär TV-Angebote, sondern nutzen das Netz primär als eine Art universelles Medium für audiovisuelle Angebote jeglicher Art und Form, wozu auch TV-Angebote zählen können!

Wenn man noch berücksichtigt, dass der Anteil der täglichen TV-Nutzerinnen unter den Kindern seit 1995 von 60 % auf 45,5 % und die tägliche Sehdauer von 95 Minuten (1995) auf 58 Minuten (2020) zurück gegangen ist, bei den über 14-jährigen der prozentuale Anteil der täglichen Nutzer*innen aber mit 72 % in diesem Zeitraum konstant geblieben und die tägliche Nutzungszeit von 186 Minuten auf 238 Minuten sogar deutlich erhöht hat, dann muss man wohl konstatieren, dass das – zumindest lineare – Fernsehen seine Funktion als ein Leitmedium für Kinder immer mehr verliert, diese Funktion als Leitmedium aber mit großer Wahrscheinlichkeit nicht von den nonlinearen Medien adäquat erfüllt werden kann. Wenn Leitmedien – und als solches versteht sich ja der KiKA – dazu einen besonders starken Einfluss auf die kindliche Meinungsbildung haben können, dann stellen sich hier zumindest vier zu diskutierende Punkte:

1) Bieten die nonlinearen Medien eigentlich weitgehend stringente Meinungsbilder für Kinder an? Und was könnten stringente Meinungsbilder für Kinder überhaupt sein und wer entscheidet darüber? Nur die Programmverantwortlichen? Und wenn ja, was qualifiziert sie eigentlich dazu?
2) Inwieweit bestimmen die Zeitstrukturen der traditionellen Kindermedien das Verhältnis der Kinder zu Zeitstrukturen insgesamt? Die Zeitstrukturen des linearen Fernsehens – egal ob öffentlich-rechtlich oder privat – haben seit einigen Jahrzehnten die gelebten Zeitstrukturen der auch ganz jungen Bevölkerung

6 ebenda: S. 204
7 ebenda S. 207.

mitgeprägt. Der Sendeschluss des KiKA, und vor ein paar Jahrzehnten vielleicht auch noch das *Sandmännchen*, sollen hier als Beispiele genannt werden.

3) Die Wünsche der ö/r Sender und die der politisch verantwortlichen Staatskanzleien in den Bundesländern beschwören zwar einerseits immer wieder den unersetzbaren Anteil dieser Medien zur Demokratieentwicklung und damit zum gesellschaftlichen Konsens in Deutschland. Gleichzeitig vernachlässigen sie aber, dass für die Nutzung von digitalen Angeboten andere Regeln der Kuratierung gelten, nämlich die der Algorithmen. Gleichzeitig könnten die digitalen Kinderangebote aber auch einen stärker individuell geprägten Zugang zu den Medien ermöglichen, um dadurch die deutlich gewachsene Vielfalt an Lebensentwürfen und -welten besser abbilden zu können. Das Kind und/oder seine Erziehungsberechtigten könnten stärker von ihren latenten oder manifesten Bedürfnissen bei der Selektion der Angebote profitieren und durch Algorithmen auch weiter davon bedürfnisgerecht versorgt werden.
4) Diese Überlegung provoziert wiederum Fragen nach der gesellschaftlichen Relevanz der sich immer weiter ausdifferenzierenden Bedürfnisse der aktuellen Generation unserer Kinder und deren Erziehungsberechtigter. Zugespitzter formuliert: Gibt es in den aktuellen Kindheiten so etwas wie »falsche« Bedürfnisse und Interessen, die durch digitale Angebote, wie z. B. TikTok verstärkt und damit zu »falschen« Handlungen führen können[8]? Und wie liesse sich dem begegnen?

4. Ein paar grundsätzliche Überlegungen zu Kindheit in der Gegenwart

Zunächst stellt sich die Frage, ob man in den gegenwärtigen sozial und medial immer diverseren Welten überhaupt noch von gesicherten Leitlinien – neben der Schule und anderen Ausbildungsangeboten – für Kinder ausgehen kann? Was könnte das heißen? Kindheiten sind heute von sehr unterschiedlichen gesellschaftlichen Entwicklungen aber auch Zielvorstellungen betroffen. Von differenzierten Bildungs- und Erziehungsstrategien in den verschiedenen Bundesländern, von Kinderarmut einerseits und Problemen mit »Helikoptereltern« anderseits; von mangelhaften Investitionen in die Bildung bis zu den gesellschaftlichen Diskursen über »Gendersternchen« und »kulturellen Aneignungen« etc. Gleichzeitig wird Kindheit heute von so wenig gesellschaftlicher Fürsorge unterstützt, wie schon lange nicht. Der Deutsche Kinderschutzbund hat in seinem Jahresbericht 2021 u.a. auf die folgenden Probleme hingewiesen:

8 vergl. u.a.: DIE ZEIT Nr. 17/2023: »TikTok und der Tod«

1. Kinder haben Armut nicht gewählt
2. nach wie vor gilt jedes fünfte Kind in Deutschland als arm – das sind gut drei Millionen
3. eine Grundgesetzänderung muss zu einer Verbesserung der Rechtsposition von Kindern in Deutschland beitragen
4. Kinderrechte in der digitalen Welt müssen gestärkt werden[9].

Der Kinderschutzbund hat m.W. kaum Stellung genommen zur Bedeutung von Kindermedien und insbesondere des Kinderfernsehens und des Kinderfilms, aber war relativ konsequent zu Fragen der Medienerziehung. Und auch das Deutsche Kinderhilfswerk hat seine Schwerpunkte auf die Themen *Kinderarmut, Kinderrechte, Beteiligung, Spiel und Bewegung, Kultur für Kinder und Medienkompetenz*[10] *gesetzt.* Im Jahresbericht 2021 wird zwar auch hier die finanzielle Förderung von Projekten zur Medienkompetenz von Kindern ausgewiesen[11], eine Diskussion von medienpolitischen Entscheidungen, die unsere Kinder betreffen könnten, gibt es aber auch hier nicht!

5. Was sind eigentlich Medien für Kinder?

Vor 25 Jahren habe ich als Mitherausgeber der Publikation »Kinder an die Fernbedienung«[12] das folgende Vorwort (mit)verantwortet:

> »Kinderfernsehen ist, wenn Kinder fernsehen. Dieses bereits geflügelte Wort des ›Erfinders‹ der Sendung mit der Maus, Gerd K. Müntefering, macht das ganze Dilemma des öffentlichen Diskurses über Kinder und Fernsehen deutlich. Einerseits gibt es speziell für Kinder hergestellte Sendungen und mit den Kinderkanälen gar spezielle Zielgruppensender (und Bücher, Hörfunksendungen, Theaterinszenierungen, Computerspiele etc., Anmerkung D.W.), andererseits zeigen die Quoten, dass sich Kinder häufig lieber sogenannte Erwachsenensendungen […] zuwenden«.[13]

Bemerkenswert ist, dass der Fernsehrat des ZDF vor 25 Jahren forderte, dass der Kinderkanal

9 Deutscher Kinderschutzbund: Jahresbericht 2021, S. 7, 9 und 17
10 https://www.dkhw.de/schwerpunkte/ (aktuell zuletzt am 30.4.23)
11 ebenda
12 Joachim von Gottberg; Lothar Mikos; Dieter Wiedemann (1997): Kinder an die Fernbedienung
13 ebenda: S. 9

>»nur dann veranstaltet werden (kann), wenn der Finanzbedarf nicht aus dem laufenden Beitragsaufkommen gedeckt wird, sondern die Mittel durch einen zusätzlichen Beitragsanteil aufgebracht werden.«[14]

Ein Kinderprogramm im ö/r Fernsehen (im ö/r Hörfunk gibt es bis heute kein lineares Angebot ausschließlich für Kinder!) sollten also die Beitragszahler*innen extra finanzieren und durften das später auch noch für eine Vielzahl von Nachspielkanälen von ARD und ZDF tun. Wichtig für mich war damals die Frage, die leider in der Gegenwart immer noch gültig ist: Warum konnte die gesellschaftliche Öffentlichkeit als ein Ergebnis medialer Kommunikationsprozesse diese gegen ihre Kinder gerichteten Entscheidungen nicht verhindern? Warum wurde ein Kinderkanal offenkundig nicht als integraler Bestandteil des ö/r Funktionsauftrages begriffen, sondern musste nachträglich gesondert finanziert werden?

Der 25. Geburtstag des KiKA wurde im Krisenjahr 2022 ausgiebig zu Recht gefeiert. Die Intendantin des MDR, Karola Wille, formulierte in einem Pressegespräch am 13. Januar 2022:

>»Der Gründungsgedanke 1997 war gemeinsam formulierter Wille, Kindern ö/r Programmangebot über ein lineares Angebot zugänglich zu machen. KiKA ist heute ein großer plattformübergreifender Angebotskosmos mit meinungsbildenden, fantasiefördernden und werteorientierenden Qualitätsangeboten, der Kinder in ihrer Individualität und Vielfalt repräsentiert, sie zum Diskurs befähigt und ganzheitlich bildet – und für Eltern längst ein Gütesiegel. Das zusammengenommen zeigt die Gemeinwohlorientierung von KiKA. Er ist einzigartig und unverzichtbar für Kinder und für die Gesellschaft. Denn die junge Generation prägt die Gesellschaft von morgen und hat nur das Beste verdient. Dafür werden wir uns auch zukünftig gemeinsam und uneingeschränkt stark machen.«[15]

Auch der Intendant des ZDF, Thomas Bellt äußerte sich ähnlich »staatstragend«:

>»… Der Sender aus Erfurt ist … nicht nur für die eigentliche Kernzielgruppe, die Kinder, sondern als werte- und demokratiebildendes Angebot auch für die Gesellschaft insgesamt relevant. KiKA ist ein Erfolgsmodell im TV und im Netz…«[16]

---

14 Oberst, Walter: Der Kinderkanal von ARD und ZDF in der Diskussion. In: Media Perspektiven (1997), S. 23 bis 30

15 https://kommunikation.kika.de/presse-informationen/pressemitteilungen/2022/kikafeierich-gesamt-100.html (aktuell zuletzt am 30.06.2023)

16 ebenda

Interessant ist, dass auf dieser KiKA-Seite u.a, mitgeteilt wird:

> »KiKA ist mit 16,4 % Marktanteil zum 3. Mail in Folge linearer Marktführer bei den Drei- bis 13-jährigen, nach aktuellen Befragungsergebnissen im Image-Ranking Nr. 1 vor Netflix und Co. und genießt großes Vertrauen bei Kindern und Eltern.«[17]

Da überhaupt nur 45,5 % der Kinder täglich fernsehen[18] relativieren sich solche Erfolgsmeldungen natürlich ziemlich deutlich. Der KiKA freut sich außerdem über seinen Erfolg bei den nonlinearen Angeboten:

> »Dazu bestätigen stetig steigende Streamingzahlen von in Summe über 200 Mio. Videoabrufen die Erfolge von KiKA.de, KiKAninchen.de, KiKA-Player, KiKANiNCHEN-APP und HbbTV.«[19]

Nun sagen 200 Mio. Videoabrufe noch nichts über die Dauer der gesehenen KiKA-Angebote aus, geschweige denn über die Qualität der Kommunikation zwischen den Kindern und den Angeboten. Die Visits zeigen also nur, dass KiKA-Seiten im Netz angeklickt worden sind, sie verdeutlichen aber eine Zielstellung des ö/r Kinderfernsehens: die Orientierung auf non-lineare Programmangebote. Die Programmgeschäftsführerin des KiKA, Astrid Plenk, formuliert diese Zielstellung folgendermaßen:

> »KiKA hat aus seiner erfolgreichen und starken linearen Position heraus sukzessiv digitale Plattformen erschlossen, die alle die besondere KiKA-DNA aufweisen.«[20]

Diese aus Sicht einer Programmverantwortlich zunächst durchaus verständliche Feststellung verweist m.E. dennoch auf ein mehr als klärungsbedürftiges Problem des ö/r Rundfunks überhaupt. Wenn dieser doch einen Bildungs- und Kulturauftrag hat – und diesen auch erfüllen will – wie kann es dann sein, dass die von der Bevölkerung finanzierten Sender von den übrigen – in der Regel aus Steuermitteln finanzierten – linearen Bildungs- und Kulturangeboten abweichen dürfen? Dies meint z.B. Konsequenzen für die öffentlichen linearen Bildungs- und Kulturangebote die z.B. die Schulen und andere Ausbildungsangebote, z.B. Bibliotheken, Kinos und Theater, aber auch Diskos etc. bieten. Diese sind aber in der Regel zeitlich limitiert und aus verständlichen Gründen auch zeitlich fest strukturiert. Nun soll,

17 ebenda

18 Feierabend et al.: Kindheit, Internet, Medien: Kontinuität trotz Pandemie. In: Media Perspektiven 4/2021: 214f.

19 https://kommunikation.kika.de/presse-informationen/pressemitteilungen/2022/kikafeierich-gesamt-100.html (aktuell zuletzt am 30.06.2023)

20 ebenda

nach Ansicht der Gesetzgeber, der ö/r Rundfunk u.a. mit dem KiKA frei floatende, also nonlinear verfügbare gemachte, Unterhaltungs-, aber auch Bildungs- und Kulturangebote für Kinder in den Mediatheken und Streamingprogrammen anbieten, deren Nutzung den klassischen Zeit-Strukturen in der Aneignung von Bildungs- Kultur- und auch Unterhaltungsangeboten ziemlich widersprechen könnten.

Die bereits in Ansätzen praktizierten Distributionsprämissen für mediale Kinderangebote im Netz geben die inhaltlichen und zeitlichen Kuratierungsfunktionen der Programmangebote an die Kinder selbst bzw. an deren Erzieher*innen ab. Noch präziser müsste man eigentlich sagen: man überlässt es den Algorithmen der Netz- und Mediathekenbetreiber. Wenn z.B. bereits im Jahr 2020 7 % der 3- bis 13jährigen TikTok[21] als ihre Lieblingsseite im Internet angeben – eine Seite, die eigentlich erst ab 13 Jahren mit Einwilligung der Eltern (!) genutzt werden darf – und neben der Nutzung von WhatsApp, Suchmaschinen, YouTube/MyVideo etc., 30 % mindestens einmal pro Woche auch TikTok nutzen[22], dann wird doch zu Recht von Medienpädagogik und Medienwissenschaft auf die Probleme einer algorithmenbasierten Kuratierung von Internetangeboten für die Entwicklung von Kindern hingewiesen. Das Problem von Fake News und Filterblasen wird also zunehmend auch die Bildungs- und Erziehungsprozesse unserer Kinder beeinflussen, begünstigt eventuell durch die Einstellung des KiKA als lineares Angebot und seine Abschiebung ins Netz.

Eine daraus ableitbare Hypothese könnte m.E. sein, dass damit auch die anderen – nach verschiedenen Kriterien (erziehungswissenschaftlichen, kulturellen etc. Prämissen) kuratierten, öffentlich zugänglichen – aber zeitstrukturierten – Kultur- und Bildungsangebote zukünftig zunehmend an Bedeutung für die Bildung und Erziehung der Kinder verlieren werden! Wieso sollen also Eltern und ihre Kinder noch medienpädagogisch und/oder erziehungstheoretisch formulierte Ratschläge oder noch viel nachhaltiger: gesellschaftlich sanktionierte Maßregelungen (z.B. FSK-Bestimmungen oder FSF-Empfehlungen) akzeptieren, wenn diese im Netz nur sehr eingeschränkt gelten?

Hierzu zwei durchaus ernst gemeinte Anmerkungen:

- Erstens: 16-Jährige dürfen in einigen Bundesländern und Kommunen bei Wahlen über die politische Zukunft ihrer Region (mit) bestimmen, und soll das zukünftig auch bei Europa-Wahlen tun können, aber über den Zugang zu bestimmten Filmen entscheiden andere, z.B. die FSK bei der Altersprädikatisierung von Filmen, die FSM bei Computerspielen und die FSF bei privaten

21 Einen lesenswerten Überblick über den Diskursstand zum Thema »TikTok-Nutzung durch Kinder« liefert mediendiskurs 4/22

22 Feierabend et al.: Kindheit, Internet, Medien: Kontinuität trotz Pandemie. In: Media Perspektiven 4/2021: 209

TV-Angeboten! Das ist aus meiner Sicht eine politisch gewollte Heuchelei in Sachen gestattetem – politischem einerseits und medialem andererseits – Verantwortwortungsbewußtsein von Kindern und Jugendlichen in Sachen gesellschaftlicher Teilhabe!

- Zweitens: In Teilen unserer Gesellschaft wird diskutiert, ob man Kindern unter 14 Jahren das Recht auf die subjektive Bestimmung ihres sozialen Geschlechts zubilligen sollte, (nach dem Entwurf des Selbstbestimmungsgesetzes des BMFSFJ und des BMJ aus dem Jahr 2022, bis14 mit Zustimmung der Eltern!) Warum sollten also Kinder, die über ihr eigenes soziales Geschlecht bestimmen und dieses auch wieder wechseln können, nicht auch (eventuell gemeinsam mit ihren Eltern) über ihr übriges Leben (Schule, Kulturaneignung, Politik, Sport etc.) selbst bestimmen können?

Aus diesen gesellschafts- und medienpolitischen Vorschlägen und den empirischen Nutzungsdaten ergeben sich u.a. weitere Fragestellungen für das ö/r und darüber hinaus auch für das private Kinderfernsehen bzw. für Kindermedien überhaupt, die im Folgenden skizziert werden sollen.

6. Wird der Beitrag des ö/r Fernsehens zum Allgemeinwohl und zur Teilhabe von Kindern an entwicklungsfördernden gesellschaftlichen Kommunikationsprozessen durch eine gesetzlich vorgegebene Fokussierung auf nicht-lineare Angebote beeinträchtigt?

Ich denke ja, das wird sie, weil die den ö/r Rundfunk in mehrfacher Hinsicht finanzierenden Bürger*innen keine bürgerschaftlich orientierten Rechte auf Mitbestimmung bei solchen Entscheidungen haben. In Deutschland kann man zwar demokratisch bei dem Bau von Windkraftanlagen, Autobahnen, Straßennutzungen, Öffnungszeiten von Gaststätten und Wohnsiedlungen etc. mitbestimmen und wird dabei von der jeweils verantwortlichen Politik auch häufig gehört; bei den ungeheuer wichtigen politischen und kulturellen Meinungsbeeinflusser*innen, nämlich den Medien, müssen wir aber alle auf Gremien[23] vertrauen, die wesentlich von den politischen und kulturellen Konstellationen in den Bundesländern beeinflusst sind.

Hierfür zwei Beispiele:

In dem für den KiKA zuständigen Rundfunkrat des MDR, dem 50 Frauen und Männer angehören, gibt es z.B. 15 Vertreter*innen der Parlamente und Landesregierungen und sechs Vertreter*innen von Religionsgemeinschaften, während die

23 der Autor gehörte dem Rundfunkrat des ORB an

Mehrheit der Mitglieder von sehr unterschiedlichen Verbänden und Vereinen delegiert wurden. Aber Vertreter*innen von Kinderorganisationen bleiben außen vor (immerhin haben der Goldene Spatz und die Kindermedienstiftung ihren Sitz in Thüringen, aber auch die für die Bildung der Kinder primär Zuständigen, nämlich die Lehrer*innen und Erzieher*innen sind im Rundfunkrat des mdr nur durch die Vertreterin einer Werkstatt für demokratische Bildungsarbeit vertreten!).

Auch im Fernsehrat des ZDF, der ja ebenfalls für den KiKA zuständig ist, gibt es keine erkennbare Interessenvertretung der jungen Generation. Von den auf der Seite des Fernsehrates gelisteten Mitgliedern vertreten 19 staatliche Einrichtungen, 7 Religionsgemeinschaften und 33 Verbände und Vereine. Von den Letztgenannten können fünf den Medien, drei der Kultur und zwei der Bildung direkt zugeordnet werden. Weder der Deutsche Lehrerverband, das Deutsche Kinderhilfswerk, der Deutsche Kinderschutzbund oder der Bundeselternrat, um nur vier Beispiele zu nennen, können die Interessen und Bedürfnisse der 10,7 Millionen Kinder in Deutschland in den Aufsichtsgremien des ö/r Rundfunks, in diesem Fall des ZDF, vertreten!

Es sieht also im Moment nicht so richtig gut aus, wenn es um die Vertretung bzw. die Rechte der Kinder und ob der Fürsorge für sie in den Medien geht – und ich habe hier sehr bewußt nicht nur die Kindermedien genannt! Und diese Feststellung bezieht sich nicht nur auf das Bewegtbildangebot. Es gibt bei den analogen 75 Hörfunkangeboten von ARD und ZDF kein Kinderradio! Nun könnte natürlich argumentiert werden, dass es in vielen Radioprogrammen auch Angebote für Kinder gibt. Die Beweisführung hierfür dürfte allerdings schwierig werden. Kinder werden beim Radiohören, anders als z.B. in der Literatur, im Kino, im Theater, im Sport, im Fernsehen, beim Spiel etc. von Anfang an auf ein Programm für alle Altersgruppen getrimmt. Als Ausnahmen von dieser Feststellung müssen genannt werden: der Privatsender *Radio Teddy*, das gemeinnützige *Radiojojo* als Internetangebot; *Mein Kinderradio* als Internetradio; *Toggo Radio* als Streamingangebot und *KiRaKa* vom WDR als ein Hybridangebot von Zeitfenstern im Analogradio und Angeboten im Internet. Immerhin ist das Radio hören bei Kindern in den letzten zehn Jahren relativ stabil geblieben und lag 2020 bei 50 %[24] »mindestens einmal pro Woche«[25].

---

24 Feierabend et al.: Kindheit, Internet, Medien: Kontinuität trotz Pandemie. In: Media Perspektiven 4/2021: 205

25 hier wurde allerdings im Unterschied zum fernsehen, die Möglichkeit des Radiohörens im Internet nicht mit abgefragt!

7. Wie könnten ö/r Rundfunkangebote für Kinder wieder deren Mehrheit erreichen?

In Deutschland leben gegenwärtig ca. 10,7 Millionen Kinder[26] die im internationalen Bildungsvergleich bestenfalls im Mittelfeld rangieren. Welche Rolle könnten in diesen schwierigen Bildungsprozessen die AV-Medien spielen? Die Antwort muss nach dem Selbstverständnis der ö/r Programmacher*innen lauten: eine wichtige Rolle, denn nur bei den ö/r Angeboten wird den Kindern die bestmögliche Qualität geboten, siehe die bereits zitierten Glückwunschelogen auf den KiKA zu dessen 25. Geburtstag! Das scheint aber ein nicht unbeträchtlicher Teil der Kinder und Eltern nicht zu wissen, denn die ö/r Anstalten erreichen nur noch eine Minderheit der Kinder in unserem Land. Eine spannende und für unser Thema wichtige Frage ist, inwieweit Kindermedien die individuellen Erfahrungswelten aller in Deutschland lebenden Kinder programmlich bedienen können. Inwieweit darf das individuelle Gemeinwohl einem gesellschaftlich dominierenden Gemeinwohl nachrangig sein? Ich habe darauf leider keine Antwort! Aber ein paar Interpretationsversuche:

- Das von mir gewünschte Kinderfernsehprogramm für alle Kinder könnte z.B. bedeuten, dass der KiKA stundenweise fremdsprachige (türkische, arabische, ukrainische etc. Kinderprogramme etc.) anbietet, um auch diesen Bevölkerungsgruppen ein (im besten Falle integrierendes) Angebot machen zu können.
- Die für die Medien verantwortlichen Parlamente, Rundfunkräte, zivilgesellschaftlichen Organisationen etc. müssen sich konsequenter als bisher zu ihrer Verantwortung für das Wohl der Kinder bekennen und es auch verantwortungsbewußt praktizieren, etwa in dem der KiKA als linearer Ausspielweg unbedingt erhalten wird.
- Dies heißt auch Nachdenken über eine mögliche Sonderfinanzierung von gemeinwohlorientierten audio-visuellen Kinderprogrammen durch die Öffentlichkeit!
- Die Nutzungsgewohnheiten der – nicht nur älteren – Kinder machen deutlich, dass die Programmplanungen und -realitäten von ARD und ZDF im späten Nachmittags- und frühen Abendprogramm die Generation der Kinder entweder ausblendet oder sehr bewußt ignoriert! Dabei geht es hier nicht so sehr um die Dominanz von Kriminalserien und Shows etc. in den von älteren Kindern bevorzugten Zeitschienen im ö/r Fernsehen, sondern auch um ein Gesamtkonzept für diese Sendeschienen.

26 Die Kinder von Geflüchteten sind in dieser Statistik noch nicht erfasst.

- Diese Verantwortung lässt sich m.E. nicht primär durch gesetzliche Regelungen klären, sondern bedarf Regelungen, die durch zivilgesellschaftliche Strukturen ermöglicht bzw. bestimmbar sind.
- Ich plädiere also dafür, dass unsere Gesellschaft die Aufgabe für die Finanzierung und auch Kontrolle der wichtigsten Medien für Kinder endlich vollständig übernimmt.
- Gefordert sind hier nicht nur die ö/r, sondern auch die privaten Medienanbieter.

8. Qualität im Kinderfernsehen

Der Qualitätsdiskurs, der die Grundlage medienpolitischer Entscheidungen sein muss, erfordert eine klare Definition von Qualitätskriterien für differenzierte Kindermedien. Natürlich gab es immer wieder Versuche, auch Bewertungsprozesse empirisch zu objektivieren. Ich halte diese auch heute noch für notwendig, aber nicht als Objektivierungs-, sondern als Erklärungshintergrund. Allerdings lassen sich Filme und Fernsehsendungen noch[27] nicht wie »nicht-künstlerische Objekte« in objektive (technische, kommunikative oder auch sensorische etc. Parameter) und rein subjektive Befindlichkeiten (Gefallen des Hotelzimmers, Geschmack der Schokolade, Bedienbarkeit des Rasenmähers, Kommunikation meiner Hausärztin etc.) kategorisieren.

Erstaunlicherweise aber wird über Qualität im deutschen Fernsehen – und leider auch und insbesondere im Kinderfernsehen – in der medialen Öffentlichkeit seit vielen Jahren nicht mehr ausführlich diskutiert. Eine aktuelle Recherche erbrachte fast nur wissenschaftliche Funde, die zwischen 10 und 20 Jahren zurück liegen. Das ist ein interessanter, wie auch gleichzeitig etwas verstörender, Befund angesichts der Tatsache, dass wir seit vielen Jahren in so gut wie allen gesellschaftlichen Bereichen mit einer öffentlich geführten Diskussion über »Qualität« leben. Bei der Bewertung der Qualitäten von Staubsaugern, Kühlschränken, Pizzen und auch Joghurts etc. werden mir in Regel die Bewertungskriterien mitgeteilt. Das geschieht in der Regel auch in der Bewertung von Hotels, Ferienreisen und Ferienwohnungen etc. Und wenn ich mich selbst in diesen Bewertungsdschungel begebe, werde aufgefordert, vorgegebene Kriterien zu berücksichtigen, z.B. Freundlichkeit des Personals, Preis-Leistungs-Verhältnis, Qualität des Frühstücks etc. Solche »Stellschrauben« zur Ermittlung der Qualitäten von Film- und Fernsehangeboten gibt es jedoch nicht. Zu Recht? Wir haben offenbar inzwischen die ständige Verfügbarkeit von Massenmedien auch für Kinder akzeptiert. Warum

27 Die aktuellen Diskussion um die KI und ihre möglichen Konsequenzen für die Gestaltung künstlerischer Prozesse lassen zumindest die Hypothese zu, dass dies in absehbarer Zeit möglich werden könnte!

eigentlich? Erregungspotenziale unserer Gesellschaft artikulieren sich zwar gegen Lehrer*innen, die Schüler*innen nicht so bewerten, wie manche Eltern es sich wünschen, gegen falsche Angebote in den Schulspeisungen oder gegen falsche Entscheidungen bei den SchulKinoWochen, um nur ein paar Beispiele zu nennen. Die zunehmend medial vermittelte Erregung zum Thema Kinderfernsehen macht zwar auf ein Problem aufmerksam, trägt aber noch nicht zu seiner Lösung bei.

Ich plädiere zunächst für eine Differenzierung zwischen für mich notwendigen Entscheidungskriterien im Qualitätsdiskurs zum Thema Kinderfernsehen. Zum einem spreche ich mich für eine Art Gütesiegel aus, das primär kindgerechte (bezogen auf differenzierte Gruppen aktueller Kindheiten!) Medienangebote kennzeichnen sollte, die durchaus unterschiedlichen medienästhetischen Kriterien unterliegen können.

Eine differenzierte Bewertung (à la ADAC oder Stiftung Warentest) wäre wünschenswert. Die Etablierung eines Bewertungsportals von Kindern für Kindermedien wäre für dieses Konzept durchaus dienlich. Ein zweiter Punkt wäre die Einrichtung einer Expert*innen-Bewertung von Kindermedien. Ich bin davon überzeugt, dass wir – bezogen auf alle Kindermedien – etwa 50 bis 75 Prozent identische Kriterien finden werden, aber eben auch 25 bis 50 Prozent unterschiedliche!

Grundsätzlich meine ich, dass solche Medien die Träume und Phantasien des kindlichen Publikums anregen bzw. befriedigen sollten. Sie müssten Geschichten in einer Art und Weise erzählen, die diese Wirkungen hervorrufen bzw. verstärken können. Dazu zählen m.E.:

- eine kindheitengemäß (»kindheitengemäß« soll als Synonym für differenzierte Kindheiten mit unterschiedlichen Einflüssen stehen, also soziale, mediale, kulturelle, familiäre etc.) erzählte Fabel, durch Szenografie, Tongestaltung, Darsteller*innen und Regie etc.
- Geschichten erzählen, die in den kindheitengemäßen Diskursen zumindest kurzzeitig Bestand haben
- Geschichten erzählen, die den Kindern bei der Lösung von Entwicklungsaufgaben und damit bei der Entwicklung von aktuellen und zukünftigen Lebensstrategien helfen
- Geschichten erzählen, die die medienästhetischen und -kritischen Kompetenzen der Kinder nutzen und weiterentwickeln hilft
- Geschichten erzählen, die den Kindern im Rezeptionsprozess und danach die Entwicklung von emotionalen Haltungen ermöglichen, z.B. Spass, Betroffenheit, Spannung etc.
- eine entsprechende kindheitengemäße Werbung

9. »Gute« Medien für »gute« Kinder, »böse« Medien für »böse« Kinder?

Kindheiten werden in der Gegenwart fast ausschließlich als Altersstufen betrachtet. Und von den medialen Angeboten auch so eingeordnet bzw. klassifiziert, z.B. durch Altersempfehlungen für Kinofilme, Fernsehsendungen, Hörbücher, Spiele etc. Und auch die empirische Medienforschung bei Kindern wertet ihre Ergebnisse primär nach Altersstufen aus. Kaum berücksichtigt werden dabei die differenzierten soziokulturellen Milieus, in denen Kindheiten verbracht werden und die wiederum die Aneignung medialer Angebote beeinflussen. Und das, obwohl wir wissen, wie stark in der BRD die Teilhabe von Kindern an Bildung, Wissen, Kultur und Kunst von der Schichtenzugehörigkeit ihrer Familien beeinflusst ist.

Nun wird es schwierig: Es gibt, wie oben schon angedeutet, keine objektiv verifizierbaren Bewertungsmaßstäbe für Kunst- oder Medienerlebnisse, weder bei Fachleuten noch bei Kindern. Die immer wieder gehypten Zuschauer*innen bzw. Nutzer*innenzahlen sagen eher etwas über den Erfolg von Marketingsmaßnahmen denn über subjektive Bewertungen aus. Die aus meiner Sicht dringend notwendige Wirkungsforschung zum Thema Kindermedien und Kindern ist in der BRD leider zu Gunsten einer permanenten Wähler*innen-Forschung (dies meint Parteien gleichermaßen wie Konsumgüter!) in die Forschungssphäre von Hochschulen und pädagogischen Einrichtungen getrieben worden, wo sie offenbar wenig Interesse findet.

Wir bewegen uns also in Feldern von Annahmen, Vermutungen und Wünschen zum Thema Medienwirkungen im Kindesalter, die immer dann gesellschaftlich ventiliert werden, wenn es um scheinbare oder auch tatsächliche Kausalitäten zwischen konsumierter Mediengewalt und in der Realität ausgeübter Gewalt geht, z.B. bei Amokläufen oder rassisistischen Verhaltensweisen von Schüler*innen. Solche Wirkungsannahmen beeinflussen dann wiederum den Jugendmedienschutz (FSK, FSF, FSM, KJM, Bundesprüfstelle etc.). Wenn solche Wirkungsannahmen bei der Vermeidung problematischer Medienwirkungen offenbar gut funktionieren, müsste das im Umkehrschluss ja auch für die Analyse und Benennung gesellschaftlich wünschenswerter Medienwirkungen zutreffen.

Können also von uns zu identifizierende »gute« Medienangebote zur Entwicklung und Stabilisierung gesellschaftlich gewünschter Werte, Orientierungen und Verhaltensweisen bei Kindern beitragen? Oder wissen Kinder, was sie brauchen (ab welchem Alter?) und nutzen die Medien bereits bedürfnisgerecht? Die »guten« Kinder finden eine Bestätigung ihrer Haltungen und Werte durch die von uns gewünschten, gemeinwohlorientierten Qualitätsmedienangebote, während sich die »bösen« Kinder, zur Unterstützung ihres »Böseseins« andere Medienangebote suchen? Natürlich ist das eine sehr undifferenzierte und pauschale Betrachtung, aber viele Ergebnisse der Kindermedienforschung stützen eine solche Pauschalisierung z.B. zur Abhängigkeit von Bildungserfolgen bei Kindern von der sozialen

Schicht, zur Kinderarmut, aber auch zur Abhängigkeit des Mediengebrauchs von sozialen Milieus etc.

Ich vermute, dass wir alle, die sich alltäglich oder auch wissenschaftlich mit der Qualität von Kindermedien beschäftigen, auch entsprechende »Stellschrauben« für unsere Urteile im Kopf haben. Diese lassen sich aber nicht in kategoriell zugeordneten künstlerischen Kriterien einordnen, obwohl individuelle wie auch professionelle Bewertungen (z.B. Juryentscheidungen oder auch Medienkritiken) dieses mitunter nahelegen! Natürlich gab es immer wieder Versuche, auch künstlerische Bewertungsprozesse empirisch zu objektivieren und ich halte diese auch heute noch für notwendig, aber nicht als Objektivierungs-, sondern als Erklärungshintergrund.

10. Schlussfolgerungen und Thesen zu einem künftigen Gelingen eines vielfältigen und zeitgemäßen Kinderfernsehens

Was könnten die hier ausgebreiteten empirischen Fakten, medienpolitischen Diskurse, Alltagsbeobachtungen und kindheitsbezogene Anliegen für Schlussfolgerungen in Sachen Zukunft des ö/r Kinderfernsehens bzw. des Kinderfernsehens überhaupt generieren? Dazu ein paar grundlegende und zusammenfassende Thesen:

- Ich plädiere dafür, dass unsere Gesellschaft die Aufgabe für die Finanzierung und auch Kontrolle der wichtigsten Medien für Kinder endlich vollständig übernimmt!
- Nachdenken über eine mögliche Sonderfinanzierung von gemeinwohlorientierten audio-visuellen Kinderprogrammen durch die Öffentlichkeit!
- Das ö/r Kinderfernsehen, also der KiKA und die Kinderangebote in den übrigen ARD- und ZDF-Programmen, müssen linear erhalten und ausgebaut werden
- Das ö/r Fernsehen braucht einen jungen Kanal, der statt der Befriedigung von regionalen Partikular- und anderer Spezialinteressen, ein gemeinwohlorientiertes Angebot an die junge Generation unseres Landes erfolgreich gestaltet Gefordert sind aber nicht nur die ö/r, sondern auch die privaten Medienanbieter.
- Ich plädiere für die Entwicklung von Qualitätskriterien zum Thema Kinderfernsehen. Nicht zuletzt spreche ich mich für eine Art Gütesiegel aus, das primär kindgerechte (bezogen auf differenzierte Gruppen aktueller Kindheiten!) Medienangebote kennzeichnen sollte, die allerdings durchaus unterschiedlichen medienästhetischen Kriterien unterliegen können

Prof. em. Dr. Dieter Wiedemann war von 1995 bis 1999 Rektor bzw. 2012 Präsident der Filmuniversität Babelsberg Konrad Wolf. Wiedemann ist Autor und Herausgeber zahlreicher Publikationen zu Film, Fernsehen und Theater, insbesondere zu Re-

zeption und Wirkung, mit dem Schwerpunkt Kinder und Jugendliche, zur Medienpädagogik und zur künstlerischen HS-Ausbildung. Gemeinsam mit Thorolf Lipp leitet er die AG Medienzukunft in der DAfF.

Literatur und Verweise

Deutscher Kinderschutzbund: Jahresbericht 2021

Dörr, D.: Staatsferne und Vielfalt. In: MEDIENKORRESPONDENZ vom 23.05.2014

Feierabend, S.; Glöckler, St.; Khaeredmand, H.; Rathgeb, Th.: Ergebnisse der KIM-Studie 2020 Kindheit, Internet, Medien: Kontinuität trotz Pandemie. In: Media Perspektiven 4/2021

Feierabend, S. und Scolari, J.: Was Kinder sehen. In: Media Perspektiven 4/2021

v. Gottberg, J.; Mikos, L.; Wiedemann, D. (Hg.): .Kinder an die Fernbedienung, Berlin 1997

Kinder an die Macht, Song von Herbert Grönemeyer 1986

Medienänderungsstaatsvertrag (Zweiter): https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Dokumentation/Doku_II_2023_final.pdf (aktuell zuletzt am 25.09.2023)

Medienänderungsstaatsvertrag (Dritter): https://www.ard-media.de/mediaperspektiven-themenwelten/medienrecht-politik/1-1 (aktuell zuletzt am 25.09.2023)

Medienänderungsstaatsvertrag (Vierter): https://www.mainzer-medieninstitut.de/wp-content/uploads/4_MAEStV_MPK-Beschlussfassung.pdf (aktuell zuletzt am 25.09.2023)

Oberst, W.: Der Kinderkanal von ARD und ZDF in der Diskussion. In: Media Perspektiven 1/1997, S. 23 – 30

Popkultur 2.0. Unterhaltung und Bildung in sozialen Medien, verschiedene Beiträge zu diesem Titelthema In: Mediendiskurs 4/22

TikTok und der Tod, In: DIE ZEIT Nr. 17/2023

Was Kinder sehen. In: Media Perspektiven 4/2021

Teil 4: Mehr Vielfalt durch gänzlich neue Institutionen und Verfahren

Ein senderunabhängiger ö/r Medieninnovationsfonds (MEDIFO) löst viele Probleme gleichzeitig

Thorolf Lipp

Wenn Sie, als medienpolitisch interessierte*r Leser*in, davon überzeugt sind, dass sich der in mehreren Jahrzehnten aufgelaufene Reformstau der ö/r Anstalten durch ein, zwei Novellen des Medienstaatsvertrages abtragen lässt, dann müssen Sie diesen Betrag nicht unbedingt weiterlesen. Möglicherweise sehen Sie ARD, ZDF & Co. als das künftig vielfältige, schlanke, effiziente, transparente, nachhaltige, kommunikations- und innovationsfreudige und demokratiestärkende Online-Medium von Bürger*innen für Bürger*innen schon vor sich.

Sollten Sie aber Grund zur Annahme haben, dass sich selbst durch beherzte Reformen die eigentlich notwendige Innovationsdynamik angesichts der institutionellen Trägheiten der Supertanker ARD, ZDF & Co. nicht entfalten wird, dann freue mich, wenn Sie mit mir gemeinsam das Problem mal von einer ganz anderen Seite sehen. Meine zentrale These lautet: alleine durch die ein oder andere Gesetzesnovelle wird sich an zentralen systemischen Schwachstellen unseres ö/r Mediensystems so schnell nichts ändern. Institutionelle Pfadabhängigkeiten und emotionale Befindlichkeiten sowie Ängste maßgeblicher Akteur*innen, ihre Komfortzone zu verlassen, stemmen sich schon seit mindestens anderthalb Jahrzehnten mit aller Macht gegen einen raschen und tiefgreifenden Wandel vom Rundfunkmodell des 20. Jhs. zum Online-Medium der Zukunft.[1] Mit dieser Einschätzung bin ich keineswegs alleine und darüber kann auch noch so viel aktuelle Reform-PR der Anstalten nicht hinwegtäuschen.[2]

Ich plädiere daher für einen Vorschlag, der den Veränderungsprozess beschleunigen wird. Er berücksichtigt den Umstand, dass Veränderungen bei allen Betroffenen Ängste auslösen und Zeit brauchen. Er eröffnet aber andererseits auch die Chance zu schnellen, mutigen und fundamentalen Reformen. Und er kann einen

1 https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/rbb-skandal-katrin-vernau-zieht-nach-einem-jahr-bilanz-19063232.html (aktuell zuletzt am 29.07.2023)

2 Vgl. dazu: https://www.turi2.de/aktuell/hoer-tipp-ard-pressemitteilungen-klingen-wie-pr-chatbot-sagt-claudia-tieschky/ (zuletzt aktuell am 28.06.2023). Zum PR-Sprech der Anstalten vgl. auch Rotermund 2021: 297ff.

Impuls setzen, in dem er uns eine mögliche, und für ALLE Beteiligte bessere Zukunft rasch vor Augen führt und begehbare Brücken baut, die zunächst klein sind, aber schnell breiter werden können.

Ich spreche von der sofortigen Errichtung eines ö/r Medieninnovationsfonds als Neugründung. Eine Art Reallabor, finanziert mit 2 % bis 5 % der Beitragsmittel, aber vollkommen unabhängig vom institutionellen Ballast von ARD, ZDF & Co. Ein echter Neustart im Kleinen – dafür mit großer Wirkung.[3]

Veränderung braucht Zeit und löst Ängste aus

Aber kommen wir, bevor wir über Lösungsansätze sprechen, nochmal zum Problem zurück. Ich glaube, es reicht nicht aus, wenn die Rundfunkkommission den Auftrag nachjustiert, die Räte stärkt und schärfere Compliance-Regeln einführt, wenn es nicht gleichzeitig gelingt, diejenigen Pfadabhängigkeiten zu verlassen, die im 20. Jahrhundert ihre Berechtigungen gehabt haben mögen, jetzt aber einem wirklichen Neuanfang konsequent im Weg stehen. Dabei denke ich z.B. an:

- kostenintensive Doppelstrukturen einschließlich ineffizienter Verwaltungsabläufe, die viel zu hohe laufende Kosten verursachen
- zentralisierte Unternehmenskulturen, die die Autarkie der Programmacher stark einschränken, Fehlervermeidung vor Mut setzen und dadurch Experimentier- und Innovationsfreude systemisch im Weg stehen
- eine ungebrochene Fixierung der Programmverantwortlichen auf Marktanteile bei gleichzeitiger Vernachlässigung der gesellschaftlichen Reichweite
- überbordende Hierarchien, die nicht nur teuer sind, sondern auch Burgwallmentalitäten und Besitzstandswahrungsdenken mit sich bringen
- eine zu große Verflechtung von ARD, ZDF & Co. mit wirtschaftlichen Interessen und politischen Lesarten, die zu einer Einschränkung des Meinungsspektrums führt[4]
- intransparente Netzwerke und Abhängigkeitsverhältnisse zwischen den Auftraggeber*innen in den Anstalten und ausführenden Tochterfirmen sowie insbesondere den großen Produktionsunternehmen, die Innovation und Vielfalt verhindern

---

3 Seit 2021 arbeitet eine Arbeitsgruppe in der Deutschen Akademie für Fernsehen unter meiner Federführung an der Entwicklung dieses Modells: https://daff.tv/medienpolitik/reformmodell-medieninnovationsfonds/ (aktuell zuletzt am 20.06.2023)

4 Vgl. dazu aktuell: Haarkoetter, Hektor; Nieland, Jörg-Uwe (Hg) (2023): Agenda Cutting. Wenn Themen von der Tagesordnung verschwinden. Wiesbaden

- menschlich nachvollziehbare Ängste vor Status-, Einkommens- und Bedeutungsverlust derjenigen, die besondere Privilegien innerhalb des Systems genießen und daher grundlegende Reformen innerlich ablehnen
- ein überfordertes Rätesystem, das weder Gesellschaft adäquat abbildet, noch über ausreichend Fachexpertise verfügt, um den jüngst noch weiter gewachsenen Aufgaben gerecht zu werden
- zu viele teure Liegenschaften, die Status zementieren, aber aufgrund schlankerer Produktionsweisen, künftigen Synergien und Auftragsvergabe nach außen schon jetzt nicht mehr benötigt werden und künftig noch überflüssiger sind
- und schließlich eine äußerst träge und vorsichtig agierende Rundfunkkommission der Länder als politische Aufsicht, die von Partikularinteressen zerrissen ist und als echte Appellationsinstanz nur sehr zögerlich ins Agieren kommt

Alle hier genannten Aspekte sind lange bekannt. Aber unter weitgehender Vernachlässigung eigentlich gut erforschter sozialpsychologischer Dynamiken von Change-Prozessen tut man so, als sei es ohne weiteres möglich, ein veraltetes System quasi über Nacht zu reformieren. Es steht dabei die Annahme im Raum, man müsse nur endlich die richtigen *inhaltlichen* Rezepte und Ideen dafür haben. Tatsächlich gibt es ja seit Jahren, von außen wie von innen kommende, zum Teil sehr weitsichtige Reformvorschläge und -ideen. Trotzdem hat sich in der Vergangenheit keine rechte Reformdynamik entwickelt. Warum? Ein guter Teil der Antwort lautet: Es gibt kein Erkenntnis-, sondern ein Umsetzungsproblem. Und genau hier liegt die eigentliche Schwierigkeit: Wir haben 70 Jahre lang gelernt, mit dem Anstaltssystem in seiner jetzigen Form zu leben. Es ist »too big to fail«. Anders gesagt: An dem Ast, auf dem man sitzt, sollte man besser nicht sägen. Die Sozialpsychologie weiß, wie schwierig diese Haltung zu überwinden ist. Was also tun?

Vorwegnehmen möchte ich, dass ich, auch aus eigener Anschauung, durchaus Verständnis für die verschiedenen Zwickmühlen habe, in der sich Entscheider*innen in Anstalten und Politik befinden.[5] Ich sehe manche Reformbemühungen, sehe aber auch, dass diese längst nicht weit genug gehen – womit wir wieder bei den Pfadabhängigkeiten wären, die ein grundsätzliches Infragestellen der Strukturen so lange verhindern wie es irgend geht. Ich will allerdings auch zugeben, dass ich skeptisch bin, was Rufe nach allzu radikalen Veränderungskonzepten anbelangt, etwa der Idee eines letztlich neoliberal gedachten Gesundschrumpfens und der Fokussierung auf den Kernauftrag Information, Bildung und Beratung. Ich sehe nämlich

5 Der Verfasser produziert seit mehr als zwei Jahrzehnten dokumentarische Langformate für ARD, ZDF & Co. Zwischen 2016 und 2020 war er im Namen der AG DOK für die Produzent*innenseite federführender Ideengeber und Organisator der ARD Programmwerkstatt zur Zukunft dokumentarischer Programme: https://agdok.de/de_DE/programmwerkstatt-nonfiction (aktuell zuletzt am 29.06.2023)

nicht, dass alleine durch Fokussierung und am politikseits erwünschten Drehen der Kostenschraube der Vertrauensverlust, den die Anstalten erfahren haben, aufgehalten werden kann. Eher glaube ich, dass das dann der Anfang vom endgültigen Ende dieses im Kern richtigen Systems sein könnte. Die Gründe für die Krise haben längst nicht nur mit der Höhe des Rundfunkbeitrages oder der ein oder andere Schlesingerei zu tun. Sie sind weit vielfältiger und verlangen daher nach umfassenderen Reformen. Will man ARD, ZDF & Co. erhalten, spricht insgesamt sehr viel dafür, den in den letzten Jahren eingeschlagenen Reformkurs beizubehalten und die oben skizzierten Problemfelder sukzessive auf- und abzuarbeiten. Zumal der Teufel oft im Detail steckt, wie gleich noch evident werden wird.

Aber: alleine diesen Weg zu beschreiten wird zu lange dauern. Zeit, die wir, angesichts offenkundiger Krisen unserer Öffentlichkeit, nicht mehr haben. Alle künftigen Reformvorschläge werden noch viele, psychologisch verstehbare, Ängste und Widerstände auslösen, die weitere, unzählige Debatten, Kompromisse und Umwege erforderlich machen. Gute Ideen gibt es viele, mittelfristig werden die meisten davon jedoch steckenbleiben, weil es außerhalb der Anstalten kaum Ressourcen gibt, Reformideen wirklich gründlich zu durchdenken oder diese dann auch politisch durchzusetzen, wenn sie irgendjemandem weh tun. Und innerhalb der Anstalten tut man sich mit Reformen seit geraumer Zeit ohnehin schwer und ich sehe nicht, weshalb sich das jetzt auf einmal ganz schnell ändern sollte. Weil aber ein guter Teil des symbolischen Kapitals von ARD, ZDF &Co. aufgezehrt scheint, wird so ein langwieriges Verfahren möglicherweise nicht reichen, um die ö/r Grundidee wirkungsvoll wiederzubeleben. Dabei ist es genau das, was jetzt dringend brauchen. Es geht am Ende um die Weiterentwicklung einer Idee und nicht um den Erhalt einer Institution. Idealerweise jedoch ist beides möglich und eine heftige Disruption bleibt uns erspart. Das wäre, angesichts der überbordenden Krisenhaftigkeit unserer Zeit, die mit Abstand beste Lösung.

Der MEDIFO nimmt grundlegende Strukturreformen im Kleinen vorweg und setzt unverkennbare inhaltliche Akzente

Die jahrelange Debatte um Auftrag und Struktur der ö/r Anstalten hat gezeigt, dass das ö/r Mediensystem in seiner Gesamtheit nicht schnell genug reformierbar ist, um den dringenden Erfordernissen unserer unter Stress stehenden Demokratie gerecht zu werden. Ein innovativer und gleichwohl praxisorientierter Lösungsansatz, um diesen Reformstau nachhaltig und schnell aufzulösen, besteht daher darin, einen Teil der eigentlich erforderlichen, durchgreifenden Strukturreformen und inhaltlichen Impulse zunächst in einem Medieninnovationsfonds (MEDIFO) umzusetzen, der wie eine Art Reallabor konzipiert ist. Durch dieses Reallabor wird es möglich, ein ö/r Mediensystem für das 21. Jahrhundert ohne den institutionellen

Ballast und hemmende Pfadabhängigkeiten von ARD, ZDF & Co. komplett neu zu denken. Der MEDIFO stellt insofern nichts anderes dar als eine praktische Machbarkeitsstudie. So kann der Beweis erbracht werden, dass ganz neue Strukturen in der Realität funktionieren und für die demokratische Öffentlichkeit und Medienschaffende gleichermaßen einen echten Mehrwert mit sich bringen. Was sichtbar im Kleinen funktioniert macht Mut, baut Ängste ab und kann anschließend dort auf ARD, ZDF & Co. übertragen werden, wo es sinnvoll ist. Die Einrichtung eines MEDIFO birgt daher die Chance, einen Reformprozess der »zwei Geschwindigkeiten« auf den Weg zu bringen.

Was zuallererst notwendig ist, sind neu gedachte, gerechte und demokratische Strukturen, die auf einer gemeinsamen Vision basieren: der Erfüllung des Auftrages, der im Kern dazu dient, ein auskömmliches Miteinander in unserer Gesellschaft zu befördern. Dafür braucht es neben mehr Bürger*innendialog einen grundlegenden Systemwechsel, der die Mitarbeiter*innen nicht länger in ein ungerechtes Vier-Klassen-System zwängt: überbezahlte Hierarchen, sehr gut bezahlte Festangestellte (die meist mit der Programmerstellung nur indirekt zu tun haben), mäßig vergütete Feste Freie, und, quasi am Ende der Nahrungskette, oft unter prekären Bedingungen arbeitende freie Produzent*innen, Regisseur*innen und Autor*innen. Diese Dynamik animiert zu Großmannssucht auf der einen und Gefallsucht sowie Duckmäusertum auf der anderen Seite. Beides ist kontraproduktiv für ein demokratisches Mediensystem, dem es nicht nur mit Blick auf die von ihm hervorgebrachten Inhalte, sondern auch auf die Form der Institution selbst, um ganzheitlichen »Public Value« gehen müsste, wie jüngst der Medienwissenschaftler Hermann Rotermund in seinem Buch »Nach dem Rundfunk« trefflich analysiert hat.[6] Ein Anspruch, den ARD, ZDF & Co. auf vielen entscheidenden Ebenen derzeit nicht einlösen. Notwendig ist daher ein ganz neu gedachtes, effizientes System der Direktbeauftragung von Medienmacher*innen mit flachen Hierarchien, innovativen Auswahlverfahren und Evaluierungskriterien, einer Trennung von Beauftragung und dramaturgisch-redaktioneller Betreuung sowie neu gedachten Vergütungs- und Lizenzmodellen, die eine nachhaltige, gemeinwohlorientierte Nutzung durch die Bürger*innen sicherstellen. Sollte das gelingen, wäre schon sehr viel gewonnen.

Der MEDIFO muss aber auch unverkennbare inhaltliche Akzente setzen. Angesichts der Herausforderungen unserer krisenhaften Zeit braucht es exzellent recherchierte, dem Gemeinwohl verpflichtete Medien zu entscheidenden Themen wie Klimaerwärmung und Umweltzerstörung, Nachhaltigkeit und Downsizing, Migration und ihre Folgen, Chancen und Herausforderungen von Vielfalt, Vertrauensverlust und Demokratiekrise und schließlich den programmlich grotesk vernachlässigten Themenbereichen Kultur, Wissenschaft und Bildung. Dass heute YouTube die

6 https://www.halem-verlag.de/nach-dem-rundfunk/ (zuletzt abgerufen am 19.01.2023)

mit Abstand am häufigsten frequentierte Plattform für audiovisuelle Wissensangebote ist, dürfte niemanden erfreuen. Es zeigt, wie das ö/r System an dieser ganz zentralen Stelle seinem Auftrag nicht aureichend nachkommt.

Der MEDIFO soll zunächst also wesentliche gesellschaftliche Impulse für zentrale Themen in Gegenwart und Zukunft setzen. Der MEDIFO finanziert im Rahmen eines neuartigen Vergabeverfahrens (s.u.) in sich abgeschlossene Medienvorhaben: nonfiktionale journalistische und dokumentarische Formate und entsprechende crossmediale Mischformen für alle Ausspielformen. Außerdem gefördert werden fiktionale oder semifiktionale Kurz-, Animations-, Experimental- und Kurzfilme (auch für Kinder), auch crossmedial, die einen inhaltlichen Bezug zu den genannten Themenschwerpunkten haben. Gerade solche Medien entfalten oft große künstlerische Kraft, fallen aber aus so gut wie allen konventionellen Verwertungsmustern und Sendeschemata heraus, weswegen sie kaum noch stattfinden. Eine nachhaltige Stimulation dieser Genres durch den MEDIFO ist daher ein großer Gewinn nicht nur für Kunst und Kreative, sondern hätte das Potential, eine Rolle als gesellschaftlicher Innovationstreiber einzunehmen. Dass dies genau mit der Kombination dieser Medienformen trefflich gelingen kann, beweist übrigens seit Jahrzehnten das National Filmboard of Canada, das unseren Überlegungen hier in mancherlei Hinsicht als Vorbild dient.[7]

Derzeit bildet sich die Dringlichkeit der genannten Themen in keiner Weise in den Ressourcen ab, die die ö/r Anstalten dafür bereitstellen: Der Anteil der für eine funktionierende demokratische Öffentlichkeit besonders relevanten journalistischen und dokumentarischen Formate beträgt pro Jahr nur ca. 1,5 % der kumulierten Gesamteinahmen von ARD, ZDF & Co., in aller Regel werden sie von freien Produzent*innen hergestellt.[8] Nimmt man noch Nachrichten, Auslandsberichterstattung und politische sowie kulturelle Magazine in TV und Hörfunk hinzu, die teilweise von den Anstalten selbst produziert werden, kommt man auf geschätzte 4 % bis maximal 5 % der Gesamteinnahmen, die ganz unmittelbar der »demokratischen Daseinsvorsorge« dienen (vgl. dazu auch den Beitrag von Novy in diesem Band). Die spezifische Wissens- und Bildungsinhalte von ARD alpha, mit denen die ARD nominell den im Medienstaatsvertrag vorgesehenen »bundesweiten Bildungsauftrag« abdeckt, lässt sich der federführende BR mit 25 Mio. EUR pro Jahr gerade einmal 0,27 % von den mehr als 9 Mrd. EUR kumulierten Gesamteinnahmen kosten, Tendenz sinkend.[9] Die künstlerisch oft besonders innovativen Genres Kurzfilm, Animationsfilm, Experimentalfilm etc. werden in den Statistiken gar nicht erst erfasst,

---

7 https://www.nfb.ca/ (aktuell zuletzt am 30.06.2023)

8 Zu den Zahlen vgl. genauer: https://www.planet-interview.de/interviews/thorolf-lipp/52082/ (aktuell zuletzt am 26.06.2023)

9 https://www.orh.bayern.de/images/files/Sonderberichte/Sonderbericht_FinSit_2022.pdf (S. 65ff.) (aktuell zuletzt am 29.06.2023)

ihr Anteil an den Gesamteinnahmen liegt im Promillebereich. Dieses absurd anmutende Missverhältnis von Systemkosten (55,7 %) und den im engeren Sinne demokratiefördernden Aspekten der Auftragserfüllung (weniger als 5 %) ist fraglos nicht im Sinne des ö/r Grundgedankens.[10] Da die hier in Rede stehenden Programme zu einem guten Teil von freien Produzent*innen zugeliefert werden und die KEF als Programmaufwand nur diejenigen Kosten für Produktionen wertet, die außerhalb der Anstalten entstehen[11], können die hier behaupteten 5 % und das daraus abgeleitete Missverhältnis zwischen Systemerhalt und Erfüllung des Kernauftrags der Anstalten kaum in Frage gestellt werden. Ein MEDIFO würde mit 2–5 % der Beitragseinnahmen dieses besonders demokratiefördernde Spektrum der ö/r Medienproduktion rasch und sichtbar steigern, ja de facto annähernd verdoppeln. MEDIFO-Produktionen würden sich rasch zum Aushängeschild eines neuen Typs grün und sozialverträglich produzierter, inhaltlich wirklich unabhängiger ö/r Medien entwickeln und könnten dadurch zum Gütesiegel und zum Fanal eines ö/r Neuanfangs werden.

Ein konsequent ganzheitlich gedachter Public Value Ansatz zeigt sich in großen Strukturen und in kleinen Details

Ziel des MEDIFO ist ein wirklich gemeinwohlorientiertes neues System, das den Public Value Gedanken konsequent und umfassend versteht, einschliesslich ökologisch nachhaltigen Produktions- und Auswertungswegen (vgl. Rotermund 2021: 297ff). Im MEDIFO werden daher grundlegende Organisationsstrukturen genauso neu gedacht wie vermeintliche Details im Ablauf von Medienproduktionen, die in der bisherigen Debatte kaum je besprochen werden, obwohl sie extrem wirkmächtig sind. Ich denke dabei z.B. an Vergabeverfahren, Vergütungsmodelle und Lizenz-

---

10 Laut dem 21. KEF Bericht fliessen 55,7 % der Beitragseinnahmen in Gehälter, Altersvorsorge, Rücklagen, Investitionen und Unterhalt von Liegenschaften und Infrastruktur und haben mit der Erstellung von Programm nur indirekt zu tun. Unter diese 55,7 % subsummiert die KEF aber auch teilweise Kosten von Eigenproduktionen, diese sind nämlich nur zum Teil im Programmaufwand enthalten. Sie werden daneben auch aus dem Personalaufwand und dem Sachaufwand finanziert. Also fallen auch Kosten für festangestellte Mitarbeiter*innen, Infrastruktur, Liegenschaften etc. unter diese 55,7 % die insofern indirekt doch mit der Erstellung von Programm zu tun haben. Insofern kann man die eigentliche Verwaltungskostenquote nur schätzen, sie dürfte aber immer noch zwischen 25 und 40 % liegen. Vgl.: 21.KEF-Bericht S. 80: https://kef-online.de/fileadmin/KEF/Dateien/Berichte/22._Bericht.pdf

11 Ankauf fertiger Produktionen von Dritten, Erstellung von Koproduktionen und Auftragsproduktionen, Erwerb von Sende- und Übertragungsrechten, Leistungsvergütungen für freie Mitarbeiter, Vergütungen für Urheberrechts und Leistungsschutzberechtigte. Vgl.: 21.KEF-Bericht S. 80: https://kef-online.de/fileadmin/KEF/Dateien/Berichte/22._Bericht.pdf

modelle (s.u.). Innovationen in diesen Bereichen können im MEDIFO unmittelbar in der Praxis getestet, fortlaufend evaluiert und angepasst werden.

Kosteneffizienz

Die Mittel fließen in erster Linie ins Programm und nicht in die Verwaltung. Kosteneffizienz entsteht durch schlanke Strukturen und Direktbeauftragung der Medienmacher*innen. Die Verwaltungskostenquote liegt bei max. 8,5 % statt bei ca. 25 %–40 % der ö/r Anstalten (s.o.).

Faire Vertragsbedingungen

Das derzeit gängige Modell zur Feststellung Allgemeiner Vergütungsregeln für freiberufliche Urheber*innen (GVR) kann, angesichts der Übermacht des Oligopols von ARD, ZDF & Co., im Grunde nie wirklich zu Gunsten der Urheber*innen erfolgreich geführt werden, da GVR-Verhandlungen die finanziellen und personellen Kapazitäten der meisten Verbände, die diese GVR abschließen müssen, bei Weitem übersteigen. Aus einer aktuellen Stellungnahme der Urheberverbände geht hervor, dass von den ca. 116 prinzipiell notwendigen GVR in der deutschen Bewegtbildbranche derzeit gerade einmal 16 ausverhandelt, teilweise aber schon wieder deutlich veraltet sind. Es würde demnach 20 Jahre dauern, alle relevanten GVR lediglich für den Bereich Regie zu verhandeln, gleichzeitig hat eine GVR aber nur eine Gültigkeit von 2 Jahren. Es liegt daher auf der Hand, dass die derzeitigen Modelle, mit denen über die Frage angemessener Erst- und Folgevergütungen verhandelt wird, nicht ausreichend sind und weiterentwickelt, ggf. aber auch gänzlich neu gedacht oder zumindest ergänzt werden müssen. Ggf. auch über neue gesetzliche Vergütungsregeln, die in einem MEDIFO-Modell getestet werden könnten (vgl. dazu auch den Beitrag von Langer in diesem Band).[12]

Vollfinanzierung der Herstellung

Das Finanzierungsmodell knüpft an die Grundüberlegungen des Gemeinwohl-Gedankens an: Möglichst Vollfinanzierung der Herstellung, so dass die Werke einer breiten deutschen Öffentlichkeit auf verschiedensten Ausspielwegen langfristig und rechtssicher zur Verfügung stehen. Statt komplizierter Co-Produktions- und Auswertungsmodelle, die insbesondere kleinere Produzent*innen benachteiligen und oft auf schnellen Quotenerfolg und Gewinnoptimierung zielen, werden

12 https://daff.tv/wp-content/uploads/2023/06/BVR-Stellungnahme-EU-Buyout-Honorare-E9-1.pdf (aktuell zuletzt am 29.06.2023)

Modelle der Vollfinanzierung präferiert, die den Medienmacher*innen mehr Planungssicherheit geben (vgl. dazu auch die Beiträge von Langer und Wesnigk in diesem Band).

Innovative Lizenzmodelle für größtmögliche Reichweite und Verlässlichkeit

Eine neu gedachte Vorab-Abgeltung insbesondere der nichtkommerziellen Nutzungsrechte auf der Grundlage eines fairen, branchenübergreifenden Konsenses sorgt für größtmögliche gesellschaftliche Reichweite der Produktionen. Dadurch entsteht ein wesentlicher gesellschaftlicher Mehrwert insbesondere auch für Bildung, Schule und Wissenschaft. Das National Filmboard of Canada verfährt seit vielen Jahrzehnten so und dient hier als Vorbild[13] (vgl. dazu auch den Beitrag von Wesnigk in diesem Band). So entstehen umfassend gedachte Ausspielwege, die breite Teilhabe ermöglichen und bei denen die produzierten Medien nachhaltig im kulturellen Gedächtnis verfügbar bleiben.

Innovative Auswahlverfahren, die für mehr Vielfalt und Fairness sorgen

Ein neu gedachtes, teilrandomisiertes Jurysystem wird eingerichtet, das Vielfalt, Fairness, Chancengleichheit und künstlerischen Mut gleichermaßen ermöglicht. Nepotismus, Matthäus-Effekte (wer erfolgreich im Geschäft ist gilt automatisch als gut und wird noch erfolgreicher) und Prinzipal-Agenten-Dynamiken (Interessenskonflikte zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer bei gleichzeitiger Machtasymmetrie zwischen) bestmöglich eliminiert. Anders als in klassischen Redaktionssystemen wird die Beauftragung daher strikt von dramaturgischer Beratung und inhaltlicher Qualitätskontrolle getrennt, um die Einflussnahme auf Inhalte von Machtaspekten (wie erneute Auftragsvergabe) vollständig zu trennen.[14]

Bürger*innendialog und Bürger*innennähe

Ein ständiger Dialog mit den Beitragszahler*innen gelingt durch die Beteiligung von ausgelosten Bürgerräten bei zentralen kuratorischen Entscheidungen. Bürgerräte kommen ein- bis zweimal im Jahr zusammen, um eine Programmbewertung durchzuführen und Themen zu definieren, zu denen MEDIFO dann Ausschreibungen durchführt. So wäre die Wirksamkeit der Bürgerbeteiligung gewährleistet, ohne dass ein direkter populistischer Eingriff in den kreativen Prozess stattfindet. Hinzu kommt ein ständiger moderierter Dialog mit den Mediennutzer*innen

13 https://www.nfb.ca/ (aktuell zuletzt am 19.06.2023)

14 Für mehr Informationen zum Jurymodell siehe: https://daff.tv/medienpolitik/reformmodell-medieninnovationsfonds/ (aktuell zuletzt am 30.06.2023)

durch innovative und effiziente Feedback- und Auswertungsstrategien auf verschiedenen Plattformen.

Experimentierfeld Blockchain

Parallel zu den hier genannten nichttechnologischen Strukturinnovationen könnte man sowohl bei Auswahl-, Bewertungs- und Vergütungsmodellen auch mit ganz neuen technologischen Verfahren experimentieren. Michael Esser legt in seinem Beitrag in diesem Band überzeugend dar, wie z.B. blockchainbasierte Verfahren eine spannende direktdemokratische Komponente eines künftig deutlich bürgernäheren Mediensystems darstellen könnten.

Unbürokratische und flexible Förderschienen, die den tatsächlichen Bedürfnissen von Medienmacher*innen Rechnung tragen

- Recherche- und Treatment-Förderung
- Produktionsförderung
- Postproduktionsförderung für bereits begonnene Projekte
- Maßgeschneiderte Auswertungswege bzw. -förderungen. Abhängig von Form, Zielpublikum und geplanten Verbreitungsstrategien. Dabei spielen Kooperationen mit den Mediatheken der Anstalten, aber auch mit medien- und bildungspolitischen, gemeinwohlorientierten Einrichtungen (wie z.B. Bundeszentrale für politische Bildung, Grimme-Institut, Goethe-Institute, Schulkinowoche, Kinematheken), zivilgesellschaftlichen Gruppen und Akteur*innen eine wesentliche Rolle als Multiplikator. Sie begleiten und bewerben die nichtkommerziellen Veröffentlichungen. Diese Institutionen können aufgrund des neuartigen Lizenzmodells die entstandenen Medien für ihre eigene Arbeit weitgehend schrankenlos und rechtssicher nutzen und verbreiten (vgl. den Beitrag von Wesnigk in diesem Band).
- In einer weiteren Förderschiene können sowohl Filmschaffende selber, aber auch andere Akteur*innen (z.B. Vertriebe, Kinos, zivilgesellschaftliche Gruppen) Förderung für innovative Vertriebsideen beantragen. Neben überzeugenden digitalen Konzepten können hier auch kuratierte Veranstaltungsreihen etc. gefördert werden, die den unmittelbaren Dialog mit den Beitragszahler*innen stärken.

Direktbeauftragung von Medienmacher*innen jenseits von ARD, ZDF &Co.

Die innovative Grundidee des MEDIFO besteht in der Umsetzung eines Direktbeauftragungsmodelles von Medienmacher*innen. Diese Idee zieht seit Jahren

weite Kreise: Akteur:innen wie der Wirtschaftswissenschaftler Justus Haucap,[15] der Kommunikations-wissenschaftler Lutz Hachmeister[16] oder der Hamburger Kultursenator Carsten Brosda[17] können sich eine Direktbeauftragung in Form eines Medieninnovationsfonds prinzipiell vorstellen. Auch die Bundesregierung erwog im »Medien- und Kommunikationsbericht 2018« die Finanzierung unabhängiger privater Medienproduktionen in Form eines Medieninnovationsfonds.[18] Warum ist eine Direktbeauftragung von Medienmacher*innen sinnvoll? Weil sie teure Hierarchien überflüssig macht und so deutlich mehr Mittel ins Programm fliessen können. Weil sie, durch neuartige Auswahlverfahren, den Auswahl- und Produktionsprozess demokratisiert. Weil sie die Vielfalt an Perspektiven und künstlerischen Zugängen erhöht. Wir erinnern uns: es geht um 2–5 % der Beitragseinnahmen. Wagt man dieses Experiment, müssen ARD, ZDF und Co. fraglos weitere Mittel einsparen, sind aber keineswegs existenzgefährdet. Und sie würden ja auch nicht aus ihrer Verantwortung entlassen, ihrerseits den gesetzlich definierten Funktionsauftrag zu erfüllen.

Wie soll das finanziert werden und ist das rechtlich möglich?

Analog zur Finanzierung der Landesmedienanstalten soll der Fonds aus dem Rundfunkbeitrag gespeist werden. Dazu ist eine Änderung des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages notwendig. Es müssen aber keine neuen zusätzlichen Beitragsgelder zur Finanzierung bereitgestellt werden, vielmehr werden die Sender durch die Umwidmung der Mittel zu Sparanstrengungen gezwungen – so wie viele andere Unternehmen in Zeiten wirtschaftlicher Krisen auch. Genauso denkbar ist ein Zurückfahren der Mittel für die Landesmedienanstalten bzw. deren kostensparende Zusammenlegung, da die Rolle der Landesmedienanstalten ohnehin seit Jahren kritisch gesehen und teils sogar ganz in Frage gestellt wird. Vielleicht ist der Widerstand aus den Häusern gegenüber einer Verknappung des Etats gar nicht so groß, da man hier dann Zeit gewinnt, die eigenen institutionellen Strukturen zu reformieren. Medienpolitiker*innen und Bürger*innen würden rasch sehen, dass es sich um gut angelegtes Geld handelt, da frische Impulse binnen sehr kurzer Zeit sichtbar würden. Hier muss die Rundfunkkommission, analog zur Gründung von FUNK, das in der medienwissenschaftlichen Forschung als die gelungenste Medieninnovation

15 https://www.welt.de/kultur/medien/plus222450066/ARD-und-ZDF-Wie-der-Rundfunkbeitrag-sinnvoller-eingesetzt-werden-koennte.html (aktuell zuletzt am 29.06.2023)

16 https://www.medienkorrespondenz.de/leitartikel/artikel/die-daemmerung-desnbspdualennbspsystems.html (aktuell zuletzt am 29.06.2023)

17 https://www.youtube.com/watch?v=XREPnQD7bBs (aktuell zuletzt am 29.06.2023)

18 https://daff.tv/wp-content/uploads/2023/06/2019-01-09-medienbericht-breg-2018-politischer-teil-data.pdf (aktuell zuletzt am 29.06.2023)

der letzten Jahrzehnte beschrieben wird, schlicht den Mut haben, diesen Pfad der erzwungenen Neuerung erneut zu beschreiten.[19]

MEDIFO als schlanke und effiziente Stiftungsneugründung

Die Produktionsetats von MEDIFO sollen als Projektförderung direkt an Medienmacher:innen vergeben werden. Dies ist laut einem Gutachten des Berliner Verfassungsrechtlers Prof. Dr. Martin Eifert aus dem Jahr 2014 rechtlich grundsätzlich möglich.[20] Eine Arbeitsgruppe der AG DOK hat 2021 beim Leipziger Medienrechtler Prof. Dr. Hubertus Gersdorf eigens ein Folgegutachten in Auftrag gegeben[21] das die notwendigen Rechtsschritte für die Implementierung eines solchen Modells konkretisiert. Demzufolge ist eine bundesweite Vergabe- und Prüfstelle in Form einer neuen, eigenständigen und schlanken, gemeinnützigen Medienstiftung möglich und sinnvoll. Das bringt außerdem den Vorteil mit sich, daß das Stiftungsvermögen durch Zuwendungen von Dritten erhöht werden kann. Die Stiftung soll, in etwa analog zur Bundeskulturstiftung, einen max. Verwaltungskostenanteil von 8,5 % haben und wäre damit ganz erheblich kostengünstiger als die bestehenden ö/r Anstalten. Die bestehenden Rechtsgutachten müssen vertieft und konkretisiert werden. Aber auf dieser Rechtsgrundlage (§ 112 Medienstaatsvertrag) gibt es heute bereits in einzelnen Ländern gesetzliche Regelungen für eine Förderung unabhängiger Produzent:innen aus Rundfunkbeitragsmitteln für die Finanzierung von Qualitätsjournalismus auf regionaler und lokaler Ebene.[22]

Der organisatorische Aufbau der MEDIFO-Stiftung könnte in etwa analog zur Bundeskulturstiftung erfolgen:

Der divers besetzte Stiftungsrat ist das höchste Gremium der Stiftung. Er legt die inhaltlichen Leitlinien der Stiftungsarbeit fest und ernennt den Vorstand. Auf Vorschlag des Vorstands benennt der Stiftungsrat die Jurys, die über die Anträge in der Projektförderung entscheiden.

Ein einmal im Jahr einberufener Bürgerrat unterstützt den Stiftungsrat dabei, Themenschwerpunkte zu setzen, die im Rahmen von Projektausschreibungen

---

19 https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/NeueWebsite_0120/Zum_Nachlesen/Gutachten_Innovationslandschaft_Journalismus.pdf (aktuell zuletzt am 29.06.2023)

20 https://daff.tv/wp-content/uploads/2023/06/Gutachten_Prof.-Dr.-Martin-Eifert_Rechtliche-Rahmenbedingungen-Foerderung-unabhaengiger-Produzenten-aus-Rundfunkbeitrag.pdf (aktuell zuletzt am 29.06.2023)

21 https://daff.tv/wp-content/uploads/2023/06/210310_Gersdorf_Gutachten_Docs-fuer-Democracy_Eckpunkte.pdf (aktuell zuletzt am 29.06.2023)

22 https://www.medienpolitik.net/2020/04/strukturen-staerken-in-denen-qualitaetsjournalismus-entstehen-kann/ (aktuell zuletzt am 29.06.2023)

umgesetzt werden. Dadurch wird ein zuletzt immer öfter geforderter und zunehmend besser erprobter direkter Transmissionsriemen in die Zivilgesellschaft aufgespannt.

Ein Stiftungsbeirat, in dem sich Vertreter*innen von branchennahen Medien- und Kulturverbänden befinden, steht dem Stiftungsrat beratend zur Seite und verhandelt die »Terms of Trade« für die Beauftragung von MEDIFO-Produktionen. Diese orientieren sich an den bestehenden Tarifmodellen werden aber neue, gemeinwohlorientierte Akzente setzen. So entsteht mit Blick auf die Beauftragungsmodalitäten erstmals eine Konkurrenz zum derzeitigen ö/r Oligopol, was insbesondere für Medienmacher*innen von Vorteil sein wird (vgl. hierzu auch den Beitrag von Langer in diesem Band).

Der hauptamtliche Vorstand setzt, auf Grundlage der Satzung und in Rücksprache mit dem Stiftungsrat, die definierten Förderschwerpunkte um und veröffentlicht Ausschreibungen für bestimmte Programmschwerpunkte. Er wird unterstützt durch hauptamtliche Mitarbeiter*innen in den Bereichen Justiziariat, Projektprüfung, Verwaltung und Kommunikation.

Ein Kuratorium führt die Überprüfung der Förderanträge bei Eingang durch. Gemeinsam mit den Jurys besprechen die Mitglieder des Kuratoriums die einzelnen Anträge bei den Jurysitzungen. Kuratoriumsmitglieder haben keine Stimmberechtigung.

Alle Projektanträge werden von divers besetzten Jurys beraten, die im regelmäßigen Turnus ausgewechselt werden. Das Jurymodell orientiert sich an den Grimme-Jurys, allerdings wird das Konzept erweitert, um eine größere Bandbreite an gesellschaftlichen Interessensgruppen abbilden zu können. Entscheidungen werden mit einfacher Mehrheit getroffen. Jedes Jurymitglied erhält pro Jurysitzung je einen Joker, mit dem er einmalig alle andere Jurymitglieder überstimmen kann. Zusätzlich sorgt, bei mehr förderfähigen Anträgen als Fördermitteln, ein innovatives Losverfahren für eine breitere Streuung der Entscheidung. Die Mitglieder der Jurys bestehen (je nach Förderschiene) aus Medienmacher:innen bzw. Journalist:innen und Fachwissenschaftler:innen bzw. Bildungsexpert:innen (vgl. dazu auch die Überlegungen von Wiedemann und Esch in diesem Band). Bei Kinder-und Jugendprogrammen sollen Jurys aus Kindern und/oder Jugendlichen beratend hinzugezogen werden die medienpädagogisch betreut und begleitet werden.

Ein in aller Regel übersehenes Thema bei der Frage, wie ein ö/r Mediensystem zu reformieren ist, ist das Redakteurswesen. Dabei werden insbesondere hier eklatante Probleme sichtbar (vgl. den Beitrag von Sabine Rollberg in diesem Band). Die Welt hat sich in den letzten beiden Jahrzehnten, nicht zuletzt durch die Folgen der Digitalisierung, ungeheuer schnell weiter ausdifferenziert. Redakteur*innen können, auch bei sehr viel Selbstreflexion und gutem Willen, am Ende doch immer nur sich selbst zum Maßstab für ihre Bewertungen nehmen und es ist unrealistisch anzunehmen, einige wenige Entscheider*innen könnten ein ausreichend gutes

Gespür für die zigtausend neu entstehenden und auch wieder vergehenden Lebenswelten, subkulturellen Trends, Problemlagen oder Fachkontexte entwickeln. Viele namhafte Kenner*innen des Systems haben die diversen blinden Flecken des Redaktionswesens in den letzten Jahren immer wieder sehr treffend beschrieben. Sie konstatieren dabei so gut wie nie gezielte Verschwörung oder Absicht zur Lüge. Vielmehr beschreiben sie die blinden Flecken von eingeübten sozialen Praktiken, unausgesprochene Prämissen darüber, was dem Zuschauer zumutbar ist, was er vermeintlich zu sehen wünscht, welche Themen, Formen und Ästhetiken bei ihm ankommen (vgl. Teusch 2018, Meinhardt 2020, Herles 2015, Hachmeister[23], vgl. auch Rollberg in diesem Band). Auch das Grimme-Institut beklagt regelmässig, dass redaktionelle Eingriffe im Effekt zu Nivellierung, Mittelmass und künstlerischer Mutlosigkeit führen.[24] Der Programmchef eines bedeutenden deutschen Nonfiction-Spartensenders meinte einmal zum Verfasser dieser Zeilen, seine Redakteur*innen »dengelten das Programm ein.« Für ihn ein Ausweis höchster Qualität. Für den Verfasser hingegen Symptom dafür, dass man in solchen Redaktionen weniger an komplexen Zugängen zur Wirklichkeit, dafür an einheitlich gestrickter, audience-flow tauglicher »Ware« interessiert ist. Ausweis aber auch von fehlender Selbstkritik, denn in Redaktionen geschehen ja immer wieder gravierende handwerkliche Fehler. Im MEDIFO-System spielen Redakteur*innen immer noch eine wichtige Rolle als inhaltliche und dramaturgische Berater*innen und können sich damit auf den Kernaspekt ihrer Tätigkeit fokussieren. Sie haben aber, anders als im derzeit üblichen Redaktionsverfahren, nicht mit der Auftragsvergabe zu tun, womit Matthäus-Effekte und Prinzipal-Agenten-Konflikte ausgehebelt werden. Mit anderen Worten: wenn Regisseur*in und Redakteur*in nicht die gleiche inhaltlich-dramaturgische Vision haben, oder die Chemie einmal nicht stimmt, bringt das keine Einschränkungen bei der nächsten Auftragsvergabe mit sich. Es soll wieder mehr um die Sache selbst gehen, um Inhalte, Konzepte und Dramturgien. Und nicht um Sympathien oder Netzwerke. Die Autonomie der Medienmacher*innen wird so gestärkt, das Programm wird demokratischer und vielfältiger.

---

23 https://www.medienkorrespondenz.de/leitartikel/artikel/die-daemmerung-desnbspduale nnbspsystems.html (aktuell zuletzt am 30.06.2023)

24 https://www.grimme-institut.de/fileadmin/Grimme_Nutzer_Dateien/Preis/Grafiken_und_Fotos/2020/Publikation/Grimme-Preis_Publikation-2020_web.pdf (aktuell zuletzt am 30.06.2023)

Fazit

MEDIFO ist als eine zusätzliche ö/r Schiene rechtlich ohne große Hürden umsetzbar. MEDIFO kann, anders als ARD, ZDF & Co., sehr rasch wirklich innovative inhaltliche Impulse und Public-Value-Maßstäbe setzen. Konkrete Veränderungen würden durch dieses zusätzliche und trotzdem kostenneutrale Medienangebot rasch öffentlich sichtbar. Für Politik und Beitragszahler*innen eine klassische Win-Win-Situation. Es kostet nichts, aber man merkt es trotzdem. Und für ARD, ZDF & Co. wäre so ein Schritt am Ende auch gut, denn die Anstalten müssen, wollen sie überleben, mittelfristig ohnehin effizienter, transparenter, bürgernäher und nachhaltiger werden. Hier gewinnen sie dafür sogar etwas Zeit, weil MEDIFO Dampf aus dem Reformkessel nimmt. Medienmacher*innen wiederum erlangen mehr kreative Freiheiten und erfahren durch ein neues, sozialverträgliches Vergütungsmodell eine deutliche Besserstellung. Dadurch bekommen ARD, ZDF und Co. Konkurrenz innerhalb des ö/r Universums, was ihr Honorar-Oligopol bricht und am Ende trotzdem den Beitragszahler*innen zugutekommt. Denn wenn MEDIFO zeigt, dass man mit diesem Modell am Ende mehr Programm für's Geld bekommt, obwohl Kreative deutlich besser bezahlt werden, dann haben überflüssige Strukturen auch bei ARD, ZDF & Co. keine Zukunft mehr. Im Grunde steht die Tür also offen. Was jetzt notwendig ist, ist der politische Wille, einen solchen Weg auch zu gehen.

Dr. Thorolf Lipp ist Kulturanthropologe, Medienproduzent und Buchautor. Er ist seit vielen Jahren medienpolitisch tätig, war von 2012 bis 2022 Vorstandsmitglied der AG DOK, von 2016 bis 2020 Sprecher des Deutschen Medienrates und ist seit März 2022 Vorstand der Deutschen Akademie für Fernsehen.

Literaturverzeichnis

Haarkoetter, Hektor; Nieland, Jörg-Uwe (Hg.) (2023): Agenda Cutting. Wenn Themen von der Tagesordnung verschwinden. Wiesbaden, Springer

Herles, Wolfgang (2015): Die Gefallsüchtigen. Gegen Konformismus in den Medien und Polulismus in der Politik. München, Knaus

Meinhardt, Birk (2020): Wie ich meine Zeitung verlor. Berlin, Verlag Das neue Berlin

Rotermund, Hermann (2021): Nach dem Rundfunk. Die Transformation eines Massenmediums zu Online-Medium. Köln, Herbert von Halem Verlag

Teusch, Ulrich (2018): Lückenpresse. Frankfurt, Westend

Was sagen Medienschaffende zum Thema?

Einrichtung eines Medieninnovationsfonds

Die Idee eines Medieninnovationsfonds, der ganz anders funktioniert als das klassische Redakteurssystem, ist gut. Ich glaube allerdings, dass es tatsächlich nur für dokumentarische Formate oder andere, nicht so teure Genres, denkbar ist. Ich glaube, die Vergleichbarkeit und die Summen um die es im fiktionalen Bereich gibt, würden so einen Fonds sprengen. Also ein fiktionales Kammerspiel für zwei Personen kann ich noch einreichen. Aber eine Serie wie Berlin Babylon – das würde den kompletten Etat des Fonds wahrscheinlich aufbrauchen. Ich wüsste auch nicht, wie man so etwas kanalisieren könnte. Der Fiktion würde dieses Modell also vielleicht nicht weiterhelfen. Was aber nicht dagegen spricht, es anderswo zu versuchen.

Bildungsauftrag

Wer bestimmt denn, was für Inhalte produziert werden müssen? Das ist eine der Kernfragen. Ich finde, dass bestimmte Inhalte viel zu kurz kommen. Wer definiert das? Und warum spielen überhaupt Quoten eine Rolle, wenn wir über einen Bildungsauftrag sprechen? Also das muss eigentlich andersherum gedacht werden. Natürlich müssen bestimmte Produktionen subventioniert werden, weil das eben die Kultur ist, die es braucht und die wichtig ist. Die Quote als Maßstab zu nehmen, ist von vornherein falsch herum gedacht. Und auch das Bundesverfassungsgericht sieht das ja so wie ich das hier sage.

Steht der Output an Erstsende-Minuten im Verhältnis zu den Kosten?

Ich frag mich gerade, ob man das Pferd andersherum aufzäumen sollte. Wenn man nämlich nicht die Frage beantworten will, wie man ARD und ZDF reformieren kann. Sondern indem man entwirft, was ein zeitgemässes ö/r Mediensystem eigentlich wirklich braucht. Und was würde sich dann als überflüssig erweisen? Wenn sich das System wieder auf das Wesentliche reduzieren ließe, diesen Wust an Personal reduzieren, an unübersichtlichen Programmen, an Mediatheken und so weiter. Dass man sich also nicht fragt: Wo kann man da vom Bestehenden etwas wegsäbeln. Sondern in dem man sagt: Wir brauchen so und so viele Erstsende-Minuten, die im Jahr hergestellt werden sollen, wie viel Personal braucht man dazu, um das redaktionell zu betreuen und zu verwalten? Und ich glaube, da würde Erstaunliches zutage treten. Der Aufwand des Apparates steht nämlich in keinem Verhältnis zu dem, was er an Neuem produziert. Das, was sich im Moment noch am ehesten herstellen lässt sind normierte Programme. Weil die wesentlich leichter kalkulierbar sind als wenn man aufwändige Dokumentar-Projekte über eine lange Zeit begleitet, oder ein aufwändiges historisches Fernsehspiel redaktionell betreut. Qualität ist etwas anderes, als Dutzendware zu liefern oder Daily Soaps oder Musikradio zu machen.

Die Strukturen behindern den kreativen Prozess

Die Kritik an den behäbigen Strukturen der ö/r Anstalten kann ich bis in die Details bestätigen. Das ist Riesenapparat der im Grunde relativ wenig von dem, was wir unter Kreativität verstehen, aus sich heraus sendet. Das ist am Ende ein selbstreferenzielles System, dem man nur sehr, sehr selten Innovationskraft anmerkt. Und wenn, dann kommt sie meistens von außen. Nämlich von den freien Kreativen, die nicht bis zur Rente abgesichert in den Anstalten arbeiten, sondern prekär freischwebend sind. Bei den ö/r Anstalten ist es ja wie mit jeder Verwaltungsstruktur, wenn sie größer wird, bekommt sie eine noch größere Verwaltung. Sie wird komplexer. Es ist extrem schwierig, innerhalb dieser existierenden Strukturen zu verschlanken, zu flexibilisieren.

Sender haben sehr hohe Verwaltungs- und Personalkosten

Ich habe gerade nachgesehen, wie viele Mitarbeiter denn die ö/r Rundfunkanstalten haben, um einfach mal die Dimension der Mitarbeiter:innen-Zahl zu sehen. Alle ö/r Anstalten zusammen: ZDF, Deutschlandfunk und ARD-Anstalten kommen zusammen auf 27.800. Nur, um mal die Dimensionen zu sehen. Also von wegen Verschlankung. Diese Tanker schleppen einen Wahnsinns-Eisberg an Pensionsverpflichtungen mit sich herum. Sie werden schon als Pensionskassen mit angeschlossenem Sendebetrieb bezeichnet. Das große Problem sind die Verwaltungs- und Personalkosten, die auch so auf die Schnelle in der Regel nicht geändert werden können. Da gibt es wahrscheinlich zum großen Teil auch diese Umschichtungen. Allein die Pensionszusagen, das muss ja irgendwie bezahlt werden. Und wenn man sieht, wie niedrig die Zinsen in der letzten Zeit sind, dann ist das ein horrendes Problem. Die Anstalten müssen ja irgendwo das Geld her generieren und das kommt dann halt nicht aus Rücklagen, sondern aus den Beiträgen. Da werden inzwischen schon längst pensionierte Generationen von Fernseh-Macher*innen von Beiträgen bezahlt. Gelder, die jetzt eben nicht ins Programm fließen. Das muss man sich einfach klarmachen.

Mehr Mittel für das Programm

Die Forderung muss einfach sein, dass Personalkosten vor allen Dingen auch in die Programmgestaltung fließen müssen und nicht in die Verwaltung des Personals. Also da könnte man sicher noch viel outsourcen. Ich meine, wenn man sich die Streamer anschaut, die bauen im Augenblick auch wahnsinnig viel Personal auf, aber das sind quasi alles Redakteur*innen. Ich glaube die Buchhaltung und so weiter, das wird nicht von den Streamern selbst verwaltet.

Ein innovatives Lizenzmodell stärkt das Gedächtnis unserer Demokratie

Cay Wesnigk

Was ist das Problem?

Das Überwinden von Informationsasymmetrien ist ein zentraler Aspekt des ö/r Funktionsauftrages: Allen Mitgliedern der Gesellschaft möglichst schrankenlos diejenigen Informationen zur Verfügung zu stellen, die sie benötigen, um am demokratischen Prozess möglichst qualifiziert teilnehmen zu können.

Seit geraumer Zeit läuft hier einiges schief. Zunehmend finanzieren ö/r Anstalten insbesondere nichtfiktionale Medienproduktionen entweder viel zu knapp oder nur noch zum Teil und überlassen dem Produzenten dafür bestimmte Rechte, die er, wenn es ihm denn überhaupt gelingt, eigenständig kommerziell verwerten muss um Kostendeckung zu erreichen. Das klappt aber längst nicht immer, was bedeutet, dass Produzent*innnen oft auf einem Teil der Kosten sitzenbleiben. In der Folge sind außerdem immer mehr Produktionen nur sehr kurzfristig im digitalen Gedächtnis verfügbar, weil die Anstalten, immer noch weitgehend der linearen Ausstrahlungslogik folgend, nur eine oder zwei Ausstrahlungen und eine Standzeit von wenigen Tagen oder Wochen in den Mediatheken lizenzieren. Danach verschwinden diese Medien aus dem kulturellen Gedächtnis. Und auch verschiedene andere schlecht gelöste Lizenzfragen haben am Ende deutlich negative Auswirkungen auf das Gemeinwohl.Dabei liegt auf der Hand, dass wir es als Gesellschaft nicht zulassen können, dass gerade jetzt die hochwertigen Qualitätsmedien hinter Paywalls verschwinden, während Populismus, Lügen oder belanglos Gefälliges gratis in Hülle und Fülle verfügbar sind.[1]

Es gilt daher, echte Reformen auf den Weg zu bringen, die es ermöglichen, unzeitgemäße Pfadabhängigkeiten zu verlassen und diejenigen Innovation zu ermöglichen, die den ö/r Grundgedanken zeitgemäß wiederbeleben. Und dazu gehört nicht zuletzt, ein paar vermeintlich staubtrockene lizenzrechtliche Fragen zu klären:

1 https://www.currentaffairs.org/2020/08/the-truth-is-paywalled-but-the-lies-are-free/ (aktuell zuletzt am 01.01.2023)

Wer darf die mit Beitragsgeldern geförderten Medien wann, wo, wie lange und in welchem Umfang nutzen? Wer profitiert davon monetär? Und in welcher Höhe?

Was muss sich verbessern?

Wir müssen erstens dafür sorgen dass qualitativ hochwertige Medien, die sich mit unserer gesellschaftlichen Realität befassen und sie in ihrer Komplexität umfassend darstellen, künftig besser entstehen können als dies heute der Fall ist.

Zweitens müssen diese Medien für die Allgemeinheit möglichst umfassend, verlässlich und langfristig zugänglich sein und auch bleiben.

Drittens müssen wir dafür Sorge tragen, dass die Medienmacher*innen (Produzent*innen*innen, Regisseur*innen, Filmemacher*innen etc.), die sich mit der Herstellung dieser Medien befassen, davon auskömmlich leben können.

Ein Neustart ist nötig! Meiner Auffassung nach lässt sich so ein Neustart nur im Rahmen eines Versuchsprojektes realisieren, eines Medieninnovationsfonds (MEDIFO) als Reallabor. Finanziert durch einen Anteil an Beitragsgeldern, aber institutionell vollkommen unabhängig von den bestehenden ö/r Anstalten. Eine Arbeitsgruppe in der Deutschen Akademie für Fernsehen (DAfF) arbeitet seit mehreren Jahren an der Konzeption eines solchen Modells (vgl. dazu den Beitrag von Thorolf Lipp in diesem Band). Ziel eines solchen senderunabhängigen ö/r Medieninnovationsfonds (MEDIFO) ist, dass bestimmte, insbesondere für die demokratische Meinungsbildung hilfreiche Medienprojekte endlich wieder jenseits von unmittelbar kommerziellen Erwägungen oder Quotenlogik und ohne lange Vorlaufphasen durch ausufernde redaktionelle Entscheidungswege oder komplizierte Koproduktions- und Finanzierungsmodelle entstehen können.

Diese Projekte sollen der Öffentlichkeit in Deutschland möglichst zügig, nachhaltig und ohne Bezahlschranke zur Verfügung stehen. Der Einsatz dieser Medien soll vor den Zwängen der Kommerzialisierung und eines in aller Regel kaum zu erwartenden wirtschaftlichen Erfolges auf einem hart umkämpften »Markt« geschützt werden und muss daher von der Entstehung bis zur »Verwertung« von einem von der Gemeinschaft finanzierten System begleitet und getragen werden.

Es gilt daher, eine Lösung zu finden, die diese Ziele des MEDIFO ermöglicht, ohne gleichzeitig Urheber*innen und Leistungsschutzberechtigte in Buy- Out-Modelle zu zwingen und sie so von einem möglichen und wünschenswerten, langfristigen Erfolg ihrer Werke finanziell komplett abzukoppeln. Gleichzeitig sollen die Werke der Öffentlichkeit so frei wie möglich zugänglich gemacht werden und ein möglichst breites Publikum finden. Generell soll verhindert werden, dass die Werke im Inland für immer hinter einer Paywall oder ganz aus der Öffentlichkeit verschwinden. Das MEDIFO Modell kann und soll die weiterhin bestehenden kommerziellen Strukturen der Medienproduktion und des Vertriebs nicht ablösen, sondern sinnvoll ergän-

zen. Es sind auch Mischformen aus beiden Welten vorgesehen und erwünscht, das heißt, dass in der Finanzierung auch Kombinationen von MEDIFO Geldern und anderen Finanzierungen möglich sein sollen. Damit soll dem Umstand Rechnung getragen werden, dass Filme immer Wirtschafts- und Kulturgut zugleich sein können. Das MEDIFO Modell orientiert sich dabei an einer jahrzehntealten Praxis des National Filmboard of Canada.[2]

Möglicher Lösungsweg

Analog zum National Filmboard of Canada wird das MEDIFO Projekt als ein Zwitter aus Förderung und Produktionshaus aufgesetzt. Ein Produktionshaus allerdings, das als gemeinnützige Stiftung verfasst ist und – anders übrigens, als die diversen Tochtergesellschaften der ö/r Anstalten – keine eigene Gewinnerzielungsabsicht verfolgt. Anders als bei einigen der heute üblichen »Film und TV-Programmförderungen« müssen Produzent*innen keinen Eigenanteil und keine Ländereffekte erbringen. MEDIFO erwirbt aber im Gegenzug für die Förderung bestimmte Rechte und tritt als Ko-Produzent auf (NICHT als ausführender Produzent). Die finanziellen Mittel, die von MEDIFO ausgereicht werden, führen zu einer Übertragung insbesondere nichtkommerzieller Rechte an MEDIFO und macht MEDIFO rechtlich gesehen zum Ko-Produzenten. Der Vorgang der Beteiligung als Ko-Produzent wird im folgenden Text trotzdem als Förderung bezeichnet, denn ohne diese Beteiligung würden die MEDIFO Projekte in der Regel nicht oder nur unter Selbstausbeutung aller Beteiligten entstehen.

Entscheidend für eine Förderzusage des MEDIFO ist, dass die entstehenden Werke einem hohen professionellen Standard entsprechen und gleichzeitig durch Relevanz, Vielfalt, Gemeinwohlorientierung und künstlerische Qualität überzeugen. Es muss einem Gütesiegel, ähnlich des Prädikats der Filmbewertungsstelle oder einer Auszeichnung mit dem Grimme-Preis gleichkommen, wenn ein Film »MEDIFO-gefördert« ist. Zur Entwicklung von innovativen Auswahlverfahren im MEDIFO arbeitet seit einiger Zeit eine eigene Arbeitsgruppe innerhalb der Deutschen Akademie für Fernsehen (DAfF).[3]

2 https://www.nfb.ca/ (aktuell zuletzt am 01.05.2023)

3 https://daff.tv/medienpolitik/reformmodell-medieninnovationsfonds/ (aktuell zuletzt am 20.06.2023)

Das Lizenzmodell der MEDIFO-Stiftung verfolgt mehrere Hauptziele

Die Förderung und möglichst schrankenlose, nachhaltige Verbreitung innovativer Medienprojekte.

Die Förderung insbesondere von unabhängigen Medienmacher*innen* Produzent*innen*innen, Autor*innen, Regisseur*innen, Filmemacher*innen durch angemessene Vergütung der Urheber*innen und Leistungsschutzberechtigten für ihre Arbeit und ihre Rechte.

Es ist angesichts massiver Konzentrationstendenzen in der Branche dringend notwendig, gerade auch den kleinen flexiblen Produktionseinheiten das Weiterarbeiten zu ermöglichen. Viele innovative Themen und Projekte können nur von flexiblen, unabhängigen Strukturen mit der notwendigen Ernsthaftigkeit und Nachhaltigkeit realisiert werden. Produktionsfirmen, an denen Sender mehr als 50 % der Anteile halten (Sendertöchter) oder solche, an denen Sendertöchter beteiligt sind, sind deshalb von der Förderung durch den MEDIFO ausgeschlossen.

Rechteübertragung und Lizenzkette

Die mit Unterstützung der MEDIFO Stiftung entstandenen Werke sollen möglichst nachhaltig rechtssicher verfügbar sein. Daher bedarf es einer klaren lizenzrechtlichen Einordnung der Werke und einer einwandfreien Lizenzkette von allen beteiligten Rechteinhabern auf die ausführenden Produzent*innen. Wir nennen unser Modell im Arbeitstitel »MEDIFO-Lizenz«.

Wenn Produzent*innen ein Projekt von MEDIFO fördern lassen, erklären sie sich mit folgenden Bedingungen für die anschließende Nutzung dieses Werkes einverstanden:

Erstens, sie überlassen der MEDIFO Stiftung eine nichtexklusive, nichtkommerzielle Lizenz für die Bundesrepublik Deutschland insbesondere die Nutzung in den ö/r Mediatheken und einer Gruppe von durch die MEDIFO Stiftung geprüften und anerkannten, nicht kommerziellen »Verwertern«. Dies können beispielsweise Institutionen wie die Bundeszentrale für politische Bildung, das FWU, Schulen und Universitäten, das Netzwerk Bibliotheken, die Technische-Informations-Bibliothek Hannover (IWF-Nachfolger), Bildungsserver der Länder, aber auch das kommunale Kino oder der Jugendclub um die Ecke sein.

Zweitens müssen sich die Nutznießer der MEDIFO Lizenz vorzugsweise in Deutschland befinden. Einzige territoriale Ausnahme ist das Goethe-Institut, das MEDIFO geförderte Produktionen auch in seinen Instituten oder auf Veranstaltungen im Ausland nutzen darf. Bedingung sind, neben der Nichtkommerzialität, ein Verbot von Werbung im Umfeld der Filme, ein Verbot von Datamining von Nutzer*innen- bzw. Zuschauer*innen-Daten. Eine Ausnahme hierbei ist die Ver-

pflichtung zum Reporting jeder Nutzung mit genauen Angaben zu dem wo, wann, wie viele Zuschauer an ein zentral von der MEDIFO-Stiftung betriebenes Portal, wo diese Daten gesammelt und anonymisiert ausgewertet werden. Ggf. können hier künftig auch Blockchain-Verfahren zum Einsatz kommen, die aus dem derzeit mehr schlecht als recht funktionierendem »Rough-Justice-System« der Verwertungsgesellschaften ein feingetuntes »Fine-Justice-System« machen könnten (vgl. hierzu auch den Beitrag von Michael Esser in diesem Band). Hier könnten eventuell auch Erlöse inkassiert und verteilt werden, gerne in enger Kooperation mit den Verwertungsgesellschaften. Auch zu diesem komplexen Themenbereich arbeitet eine eigene Arbeitsgruppe innerhalb der Deutschen Akademie für Fernsehen (DAfF).

Die so erhaltenen Daten dienen der qualitativen Erfolgskontrolle und bieten die Grundlage für Nachvergütungen für Rechteinhaber im Rahmen einer speziellen Bestseller-Regelung. Diese soll eine angemessene Partizipation der Urheber*innen und Leistungsschutzberechtigten an überdurchschnittlichen Erfolgen ermöglichen (s.u.). Im Gegenzug für das Einräumen dieser nichtkommerziellen MEDIFO Lizenz sollen die leistungschutzberechtigten ausführenden Produzent*innen bereits bei der Herstellung durch zu kalkulierende Produzent*innenenhonorare und Überschreitungsreserven/Gewinne eine solide finanzielle Basis erwirtschaften, und ihre Infrastruktur erhalten und ausbauen können. Das bedeutet: Wenn Produzent*innen Werke zu 100 % mit MEDIFO Mitteln produzieren, soll das Geschäftsmodell ohne weitere Erlöse bereits tragfähig sein (s.u.). Produzent*innen werden also, anders als die heute oft gängige Praxis der ö/r Anstalten, nicht dazu gezwungen, lediglich teilfinanzierte Produktionen über nachträgliche Verkäufe zu refinanzieren.

100 % Finanzierung ist möglich

Der Rundfunkbeitrag, aus dem die MEDIFO Projekte finanziert werden sollen, wird von deutschen Haushalten erhoben und insofern soll den Beitragszahler*innen ein echter Mehrwert zurückgegeben werden. Eine Produktion, die zu 100 % aus dem MEDIFO Topf finanziert wird, steht deshalb der deutschen Öffentlichkeit sofort nach Uraufführung mit MEDIFO-Lizenz zur Verfügung, zuerst durch die nicht kommerziellen, MEDIFO zertifizierten Anbieter, dann in der Regel im Rahmen von VOD z.B in einem Bereich der ö/r Mediatheken. Es sind allerdings auch in diesen Fällen kürzere Festival- oder Kinotournee-Sperren möglich, durch die wiederum Aufmerksamkeit für das Projekt generiert werden soll. Auch die Veranstalter sollen durch diese zeitlich begrenzte Exklusivität zusätzlich motiviert werden, sich um die Produktionen zu kümmern und sie ihrem Publikum nahezubringen. Ein Auswertungskonzept ist integraler Bestandteil eines MEDIFO Projektförderungsantrages. Mittel dafür können gleich mit der Produktionsförderung beantragt und gefördert werden, denn ein Medienprojekt wird ohne Werbeetat in aller Regel

weniger Zuschauer*innen erreichen. Diese Auswertung kann bereits gemeinsam mit Veranstaltern beantragt werden. Auch Verleiher, die sich auf diesen Bereich spezialisiert haben, können als Partner bereits mit im Boot sein.

Ko-Produktionen mit MEDIFO

Grundsätzlich gilt: je mehr Fremd- und Eigenmittel Produzent*innen in den Finanzierungsplan einbringen, desto länger können sie und ihre Partner das Werk kommerziell in Deutschland auswerten, ohne das die MEDIFO Lizenz parallel bereits genutzt werden kann. Sie können also, wenn sie das möchten, auch eine Mischkalkulation anstellen, die ihnen mögliche andere Einkommensquellen eröffnen und sie als wirtschaftlich Handelnde direkt am Erfolg beteiligen. Dabei gilt:

Je mehr Fremd- und Eigenmittel Produzent*innen in den Finanzierungsplan einbringen, desto länger ist ihr exklusives kommerzielles Auswertungsfenster im In- und Ausland und desto höher ist ihre Chance auf zusätzliche Erlöse aus diesen Auswertungen. Produzent*innen sind darüber hinaus anteilig an den Ausschüttungen ihrer Verwertungsgesellschaften beteiligt (die MEDIFO Stiftung durch ihren Ko-Produzenten Anteil allerdings ebenfalls). Nach Ablauf dieses Auswertungsfensters müssen alle MEDIFO-Produktionen bundesweit über die genannten nichtkommerziellen Kanäle der Allgemeinheit verfügbar gemacht werden.

Kommerzielle Weiterverwertung

Das Recht zur kommerziellen Nutzung verbleibt auch nach Beginn der nichtkommerziellen Auswertung über die MEDIFO Lizenz immer bei den Produzent*innen. Je nach Finanzierungsanteil von Fremd- oder Eigenmitteln werden sie durch Auswertungsfenster vor der frühzeitigen, für ihre Verwertungsabsichten kontraproduktiven Aufnahme der nichtkommerziellen Verwertung bzw. Einstellung in ö/r Mediatheken geschützt. Kommerzielle Auswertungen können z.B. der Kinoverleih, eine DVD-Auswertung oder ein Pay VOD Angebot sein. Oder auch nur eine Kinotour mit anschließender Diskussionsveranstaltung oder ähnliche Events. Derartige Auswertungsstrategien sind durch MEDIFO Mittel zusätzlich förderbar (Vertriebsförderung), denn die MEDIFO Stiftung kümmert sich auch um die Sichtbarmachung, Bewerbung und den Vertrieb der Produktionen im nichtkommerziellen Bereich. Es gibt sonst keine ausreichende Incentivierung, da diese nicht kommerziell ist, was bedeutet, dass keine Gewinnabsicht vorliegen darf und der Träger der Maßnahme in der Regel gemeinnützig sein wird. Eintritte zur Kostendeckung z.B der Werbekosten, der Saalmiete oder von Organisations-Kosten dürfen aber sehr wohl erhoben werden.

Es liegt bei den Produzent*innen, ob sie ihre Werke auch auf anderen, kommerziellen Plattformen (z.B. Amazon, YouTube etc.) veröffentlichen und monetarisieren wollen – oder eben nicht. Jeder Versuch, die MEDIFO geförderten Werke ans Publikum zu bringen ist willkommen, weswegen ja auch ein Teil des Stiftungsetats für innovative Auswertungsstrategien eingesetzt wird. Wenn die Produzent*innen das für sinnvoll halten und alle Urheber*innen und Leistungsschutzberechtigten dem zustimmen, soll es auch möglich sein, MEDIFO geförderte Filme unter einer der verschiedenen CC Lizenzen zu veröffentlichen. Die nichtkommerzielle MEDIFO Lizenz wird davon nicht beeinflusst und die beteiligten Urheber müssen explizit mit der Aufgabe ihrer Rechte an die CC-Lizenz einverstanden sein. CC-Lizenzierung darf aber keine Bedingung »sine qua non« für die Mitwirkung darstellen.

Insbesondere unter dem Gesichtspunkt der Werbung könnte eine eingeschränkte CC-Lizenz für die Verwendung kurzer Ausschnitte und Trailer sinnvoll sein. Wikipedia ist an der Nutzung von solchen kurzen Ausschnitten und Sequenzen interessiert und stellt eine enorme Reichweite her, die auch für eine weitere kommerzielle Auswertung des Gesamtwerkes dienlich sein kann, lässt aber derzeit nur Werke zu, die unter einer CC BY-SA Lizenz veröffentlicht wurden.

Auslandsverwertung

Die MEDIFO-Lizenz gilt, von wenigen Ausnahmen abgesehen, nur im Inland. Denn vor allem der deutsche Beitragszahler soll ja möglichst umfassend davon profitieren. Produzent*innen können aber weitere Erlöse aus kommerzieller Verwertung im Ausland erzielen. Haben sie eine MEDIFO Förderung erhalten müssen Produzent*innen, nach Rückführung aller eingesetzten Eigen- und Fremdmittel, auch Urheber*innen und Leistungsschutzberechtigte an diesen Erlösen beteiligen. Die Ausgestaltung der Beteiligung wird in GVRs zwischen den Verbänden unter Mitwirkung von MEDIFO verhandelt und festgelegt.

Die MEDIFO-Stiftung als Ko-Produzent verzichtet grundsätzlich auf jede Beteiligung an möglichen Auslandserlösen. Diese sollen im Wesentlichen die Eigenkapitalbasis der Produzent*innen stärken. Voraussetzung für eine Auslandsverwertung ist ja ohnehin, dass das Werk auch dort ein Verwertungspotential hat und Produzent*innen in der Lage sind, die entsprechenden Rechte aller vorbestehenden Werke (Musik, Archive, andere vorbestehende Werke) auch für andere Territorien als die BRD zu klären. Gelingt den Produzent*innen eine erfolgreiche internationale Auswertung des Projektes, so können sie diese Erlöse nach Abzug aller Kosten und Beteiligungen als Gewinn verbuchen.

Die MEDIFO Förderung muss in diesen Fällen zwar nicht zurückgezahlt werden, darf allerdings auch nicht gegenüber beteiligten Urhebern und Leistungsschutzberechtigten als vorabzuziehende Eigenmittel der Produzent*innenen in Ansatz

gebracht werden. So ist eine rechtssichere, lizenzrechtlich einwandfreie Lösung auf Basis des Urheberrechts erreicht, die die MEDIFO geförderten Medien im Inland früher oder später dauerhaft auf nichtkommerziellen Plattformen verfügbar machen, die Verwertungsgesellschaften mit einbeziehen und stärken und eine angemessene Folgevergütung der Urheber und Leistungsschutzberechtigten sicherstellt. Die Verwendung von Archivmaterial oder anderer zu lizenzierender vorbestehender Werke ist auch für die MEDIFO Lizenz ein einschränkender Faktor. Grundsätzlich sind solche Lizenzen von ausführenden Produzent*innen für die MEDIFO Lizenz auf die Dauer von 10 Jahren zu erwerben mit einer Option auf Verlängerung um weitere 5 Jahre. Die MEDIFO Stiftung wird Rücklagen bilden, um bei besonders häufig angeforderten Filmen diese Rechte nachklären zu können. Produzent*innen haben dafür die Vorbereitungen zu treffen und alle nötigen Vereinbarungen entsprechend zu treffen und zu übergeben. Auch zum Reporting sämtlicher kommerzieller Erlöse gegenüber MEDIFO sind die Produzent*innen verpflichtet, so dass diese Daten in die Gesamtbetrachtung des Erfolges der MEDIFO Projekte einfließen können.

MEDIFO geförderte Produktionen mit Eigen- oder Fremdmitteln, TV Beteiligung

Wenn in den Finanzierungsplan ein Eigenanteil oder Fremdmittel (TV-Lizenzen, Minimumgarantien oder andere Förderungen) von zusammen über 50 % der Herstellungskosten eingebracht wird, wenn also die MEDIFO Förderung unter 50 % beträgt, wird den Produzent*innen ein bis zu 24-monatiges, exklusives Auswertungsfenster nach Uraufführung für die kommerzielle Auswertung in Deutschland eingeräumt. Erst danach kann die erste Ausstrahlung durch den ö/r Rundfunk erfolgen bzw. das Einstellen in die ö/r Mediatheken, und erst danach beginnt die nichtkommerzielle Nutzung mit MEDIFO Lizenz im nichtkommerziellen und Bildungsbereich in Deutschland. Ausnahmen von dieser Regelung sind allerdings möglich, wenn Produzent *innen dies wünschen und es zu einer besseren Sichtbarkeit und Auswertung der MEDIFO geförderten Projekte führt.

Wie soll der ö/r Rundfunk von MEDIFO profitieren, ohne dass die zur Verfügung stehenden Mittel wieder von vornherein für die eigenen Programme verplant werden?

Die mit Förderung aus dem MEDIFO-Modell entstehenden Projekte beinhalten ein einmaliges Ausstrahlungsrecht in einem ö/r Sender gegen die Zahlung eines zusätzlichen Lizenzanteils. Dieser Lizenzanteil kann bereits Teil des Finanzierungsplans

sein, dabei handelt es sich dann rechtlich aber um einen »Prebuy« und NICHT um eine Koproduktion des Senders, die diesem weitgehende Mitspracherechte und redaktionelle Abnahme ermöglichen würde.

Kein ö/r Sender hat ein exklusives Anrecht auf den Erwerb dieser Lizenz. Kein ö/r Sender soll, wie in vielen Filmförderungen inzwischen üblich, eigene Entscheider in die Gremien entsenden und so die Gremiums-Entscheidungen in seinem Sinne beeinflussen. Jede Redaktion eines ö/r Senders kann die deutschen (Erst-)Senderechte erwerben. Auch ö/r Sender mit ausländischer Beteiligung bzw. Sendefenstern, wie ARTE oder 3SAT oder die Deutsche Welle, können sich mit eigenen Finanzmitteln als Prebuy die exklusiven oder nicht exklusiven Senderechte für ihre Programme sichern. Die z.B. von der Nordmedia bekannte Dynamik, dass der ö/r Sender die Produzent*innen zur regionalen Förderung schickt, um dann die vom Sender gewünschten Projekte dort fördern zu lassen, muss unbedingt vermieden werden!

Auch die oft unausgesprochene »Förder-« Bedingung, dass eine Förderung nur möglich ist, wenn ein ö/r Sender bereits die Ausstrahlung zugesagt hat und sich finanziell beteiligt, ist unbedingt zu vermeiden. Das heißt im Umkehrschluss: auch eine 100 % Förderung von Projekten durch MEDIFO bleibt immer möglich. Und zwar auch dann, wenn kein ö/r Sender von vornherein an der Finanzierung beteiligt ist.[4] Bekundet ein deutscher ö/r Sender sein Interesse, einen MEDIFO geförderten Film auszustrahlen, nachdem dieser fertiggestellt ist (also ohne, dass sein Prebuy-Anteil bereits im Finanzierungsplan Niederschlag gefunden hat) soll die zu zahlende Lizenzsumme den üblichen Prebuy-Betrag um mindestens 50 % überschreiten. 50 % dieser Lizenzsumme stehen den Produzent*innen zu, mit 25 % werden wiederum die Urheber beteiligt, 25 % fliessen in den MEDIFO Topf zurück. Dadurch sollen die Sender motiviert werden, sich von vornherein mit Prebuys an MEDIFO Projekten finanziell zu beteiligen, weil dies für sie dann günstiger ist.

Die ö/r Mediatheken als Abspielfenster

In jedem Fall sollen alle MEDIFO Projekte von Anfang an, eventuell nach einer Sperrfirst s.o. – danach aber wenn möglich zeitlich unbegrenzt – in deutscher Sprachfassung in den Mediatheken der ö/r Sender unter dem MEDIFO Label zur Verfügung stehen (geoblocked für Deutschland, es sei denn die Produzent*innen geben andere Territorien frei). Dies gilt auch für MEDIFO geförderte Werke die die Sender nicht linear ausstrahlen wollen. Ob eine zusätzliche Verfügbarmachung in einer eigenen MEDIFO Mediathek sinnvoll ist, muss noch geprüft werden. Eine Li-

4 Hier muss noch eine beihilferechtliche Prüfung erfolgen, ggf. ist hier nominal nur eine 95 % Förderung möglich.

zenzzahlung der ö/r Anstalten für diese Nutzung wird nicht erwartet. Weder an die Produzent*innenen noch an MEDIFO noch an die beteiligten Urheber*innen. Die Rechte für die Mediatheken-Nutzung wurden mit der Erstvergütung für die Produktion zusammen mit der restlichen MEDIFO Lizenz im Rahmen eines innovativen Vergütungsmodells (siehe auch den Beitrag von Jörg Langer in diesem Band) erworben. Die in den Mediatheken unter dem Label MEDIFO gelisteten Produktionen sind zusätzlich gekennzeichnet »mit der besonderen Erlaubnis der kostenfreien Nutzung/Verwendung als Bildungsmedium in Schulen, Universitäten, Volkshochschulen, Kindergärten… » im Rahmen der MEDIFO Lizenz. Die ö/r Mediatheken-Nutzung ist Teil der freien MEDIFO-Lizenz, die mit der Förderung durch MEDIFO übertragen wird. Allerdings gilt hier die oben bereits kurz erwähnte Bestseller Regelung die im Folgenden weiter ausgeführt wird.

Besteller Regelung

Für Urheber*innen und künstlerisch Leistungsschutzberechtigte wird bei deutlich überdurchschnittlicher Nutzung ihrer Werke nach jeweils 5 Jahren in den Mediatheken ein Nachschlag aufs Honorar fällig. Dessen Höhe und genaue Bedingungen werden im Rahmen von noch zu entwickelnden MEDIFO Vergütungsrichtlinien gesondert verhandelt. Da alle zertifizierten Nutzer der MEDIFO Lizenz verpflichtet sind, die jeweiligen Nutzungsdaten jedes MEDIFO geförderten Projektes an das MEDIFO Portal zu liefern, entsteht dort eine qualitative und quantitative Statistik der tatsächlichen Nutzung, die die Grundlage für die Einstufung als Bestseller liefert. Dies gilt auch für die ö/r Mediatheken.

Zusammenfassung

Das hier skizzierte innovative Lizenzmodell kann bestehende Schieflagen zu Ungunsten sowohl der Medienmacher*innen als auch der Bürger*innen beseitigen helfen und sollte erhebliche positive Auswirkungen auf Gemeinwohlaspekte haben: Vergütungen werden fairer, sozialverträglicher und nachhaltiger, gerade kleinere Produzent*innen mit nichtkommerziellen Projekten eröffnen sich ganz neue wirtschaftliche und kreative Perspektiven in dem Förderentscheide von einseitiger Markt- und Quotenlogik befreit werden. Geförderte Medien bleiben prinzipiell für mindestens 10 Jahre in nichtkommerziellen Kontexten im digitalen Gedächtnis verfügbar, was ihre Zitierbarkeit sowie ihren Einsatz in Unterricht, Lehre und Wissenschaft deutlich erleichtert.

C. Cay Wesnigk ist Drehbuchautor, Filmproduzent und Regisseur. Von 2001 bis 2020 war er Vorstandsvorsitzender der Online Film AG. Seit 1994 in verschiedensten Positionen medienpolitisch tätig. Darunter annähernd dreissig Jahre als Vorstandsmitglied der AG DOK, Mitglied im Verwaltungsrat der VG Bild-Kunst, Vorstandsmitglied des Europäischen Dokumentarfilmnetzwerkes. Für den Film »Carl F. W. Borgward – Aufstieg und Fall eines Autokönigs« erhielt er 2003 den Ernst-Schneider-Preis in der Kategorie Fernsehen. Seine Produktion »Hitlers Hitparade« wurde 2005 mit einem Grimme-Preis ausgezeichnet.

Konzeption eines nachhaltigen und sozialverträglichen Vergütungsmodells

Jörg Langer

Einleitung

Die Produktion von Bewegtbildmedien hat sich für viele freiberufliche Marktteilnehmer*innen in den vergangenen drei Jahrzehnten schleichend zu einem prekären, finanziell hoch risikoreichen Beruf verändert[1], den man sich leisten können muss.[2] Aufgrund dieser schwierigen Einkommensbedingungen sind bestimmte Bevölkerungsgruppen als Akteure deutlich unterrepräsentiert, wie etwa Pro Quote[3] oder die Neuen Deutschen Medienmacher*innen[4] betonen und wie eigene Untersuchungen zur Situation der Film- und Fernsehschaffenden von 2015 und 2021 sowie eine Studie aus dem Jahr 2020 über das ö/r Volontärswesen eindrucksvoll bestätigt.[5]

Diese Prekarisierung – die auch Auswirkungen auf die Vielfalt der Stimmen hat – steht in krassem Widerspruch zu den Erwartungen, die Bürger*innen an ein gemeinwohlorientiertes Mediensystem haben dürfen. Sie steht aber auch in Widerspruch zum Selbstverständnis der ö/r Anstalten selbst, die sich für besonders gemeinwohlorientiert halten, es de facto aber nicht sind. Die Public Value Aspekte eines ö/r Rundfunks können sich nämlich keinesfalls nur auf die Inhalte beschränken. Vielmehr geht es darum, die Legitimität öffentlich organisierter und finanzierter Unternehmen ganzheitlich zu begreifen. Dabei spielen nicht nur inhaltliche, sondern auch finanzielle, organisatorische und strukturelle Aspekte

1 https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/medien/das-ist-ein-gefahrliches-hobby-4849837.html (aktuell zuletzt am 19.05.2023)

2 https://www.spiegel.de/karriere/medien-und-vielfalt-das-muss-man-sich-leisten-koennen-a-1299158.html (aktuell zuletzt am 19.05.2023)

3 https://www.pro-quote.de/ (aktuell zuletzt am 19.05.2023)

4 https://neuemedienmacher.de/ (aktuell zuletzt am 19.05.2023)

5 https://www.journalist.de/startseite/detail/article/wie-divers-ist-der-ard-nachwuchs (aktuell zuletzt am 19.05.2023)

eine Rolle. Insbesondere zählt dazu die Notwendigkeit, das Handeln des Unternehmens andauernd durch faire und vertrauensbildende Reformprozesse auf den Prüfstand zu stellen und entsprechende Standards regelmäßig zu evaluieren. Entscheidende Bereiche sind dabei Transparenz, Teilhabe, Dialog, Vertrauensbildung, Umweltverträglichkeit und Nachhaltigkeit (vgl. Rotermund 2021: 297ff.)

Was vielfach unbekannt ist: Die überwiegende Mehrheit der ö/r Bewegtbildmedien wird von unabhängigen Produktionsfirmen oder Freiberufler*innen[6] hergestellt. Das ist auch wünschenswert, denn einen differenzierten, gründlichen und ausgewogenen Blick auf die Welt kann es nur geben, wenn die Vielfalt der Gesellschaft sich auch bei denjenigen wiederfindet, die diese Gesellschaft abbilden. Und wenn diese Akteur*innen angemessen vergütet werden. Aber genau davon sind wir weit entfernt. Das derzeitige System benachteiligt die überwiegend freiberuflichen Medienmacher*innen, während es, zumindest mit Blick auf die Höhe und Regelmäßigkeit des Einkommens, den festangestellten Verwalter*innen, die jedoch die Entscheidungsträger sind, in die Hände spielt. Dadurch wird zwangsläufig der Bock zum Gärtner gemacht.

Tatsächlich besteht die eigentliche Herausforderung insbesondere von Freien und sog. Festen Freien oft vor allem darin, dutzendfach Themenvorschläge zu unterbreiten, die dann nie realisiert werden, Netzwerke zu pflegen, Entscheider*innen zu umgarnen und dabei nicht den Mut zu verlieren. Regisseur*innen und Produzent*innen müssen zusätzlich noch in oft jahrelanger Kleinstarbeit unbezahlte Vorab-Recherchen leisten, ausführliche Treatments schreiben, Teaser produzieren und komplizierte Co-Produktionen auf die Beine stellen. Das dauert oft Jahre, verschlingt für die Betroffenen kostbare, weil nur sehr begrenzt vorhandene Ressourcen an Zeit und Geld, verhindert schnelle Reaktionen auf Geschehnisse und kann einen Großteil der künstlerischen Kraft kosten. Viele Regisseur*innen, offenkundig vor allem Frauen, die in der Ausbildungszeit inzwischen die Mehrheit stellen, dann aber den Beruf überdurchschnittlich häufig verlassen, kapitulieren vor diesen Schwierigkeiten, die mit den Herausforderungen des »Medienmachens« selbst im Grunde gar nicht so viel zu tun haben. Aber auch Vertreter*innen finanziell benachteiligter Milieus, die sich jahrelange finanzielle Durststrecken nicht erlauben können, zählen zu denjenigen, deren Stimmen eben deswegen nicht hörbar werden können.

Hat man dann doch mal einen Auftrag ergattert, muss man feststellen, dass es einen echten Kalkulationsrealismus nach wie vor nicht gibt. Trotz einiger Verbesserungen hier und da hat sich an dieser Schieflage zu Ungunsten eines großen Teils der Macher*innen in den letzten beiden Jahrzehnten nur sehr wenig verändert. Ein Grund dafür ist das Machtgefälle zwischen den auftraggebenden ö/r Anstalten und

6 https://www.rosalux.de/fileadmin/rls_uploads/pdfs/Studien/190125-Beschaeftigte-2.Klasse-Rundfunk.pdf (aktuell zuletzt am 19.05.2023)

den Vertreter*innen der Gewerkschaften, Verbände und Interessenvertretungen, die ihre Interessen im Rahmen von diversen Verhandlungen mit den auftraggebenden Rundfunkanstalten austarieren müssen. Die provokante These dieses Beitrages lautet daher, dass die bestehenden Wege der Mittelvergabe über »Terms of Trade« Verhandlungen zwischen Sendeanstalten und Produzent*innen, sowie GVR-Verhandlungen zwischen Sendeanstalten, Produzent*innen und Regisseur*innen nicht funktionieren können und eigentlich ersetzt werden müssten.

Was könnte demgegenüber eine Alternative sein? Nachdenken möchte ich in diesem Beitrag darüber, wie im Rahmen z.B. eines senderunabhängigen ö/r Medieninnovationsfonds (MEDIFO) eine künftige Mittelvergabe zunächst einmal versuchsweise neu geregelt werden könnte, damit nicht nur mehr soziale Gerechtigkeit, sondern gleichzeitig auch ein größerer gesellschaftlicher Nutzen die Folge ist.

Wo liegt das Problem?

Eine nachhaltige, gemeinwohlorientierte Herstellung der Medienproduktion setzt zweierlei voraus, nämlich einerseits eine vollständige und angemessene Abgeltung der Produktionsleistung sowie darüber hinaus eine Abgeltung der übertragenen Nutzugsrechte. Darin enthalten sein müssten ein angemessener Gewinn, welcher den Macher*innen für die weitere Entwicklung von Stoffen, die Abgeltung des unternehmerischen Risikos sowie Rücklagen für schlechtere Zeiten zur Verfügung steht. Und auch ein möglicher Pioniergewinn für besonders erfolgreiche, innovative oder mutige Produktionen müsste eigentlich zu den Vorzügen der Selbständigkeit zählen. Es mag ungewöhnlich klingen, bei Urheber*innen, Künstler*innen und anderen Kreativen über Kategorien wie unternehmerisches Risiko und Gewinn zu sprechen, aber de facto sind diese Freiberufler*innen und Selbständige und damit Unternehmer*innen.

Eine ganze Reihe von Studien und Untersuchungen zur Film- und Fernsehproduktionswirtschaft, so z.B. die Produzentenstudien von Castendyk und Goldhammer aus den Jahren 2012 und 2018[7], sowie eigene Untersuchungen im Bereich Dokumentar-[8] und Animationsfilm[9], thematisieren die schlechte wirtschaftliche Positionierung von Produktionsunternehmen. Aus den nachfolgend genannten Grün-

7 Vgl. Castendyk, Goldhammer: Produzentenstudie 2012, Vistas Verlag 2012; Castendyk, Goldhammer, Produzentenstudie 2018, Vistas Verlag 2018

8 Vgl. J. Langer, Untersuchung zur Situation der Produktionsunternehmen in Bezug auf die Zusammenarbeit mit den Landesrundfunkanstalten der ARD 2012, J. Langer, Umfrage zur Finanzierung für dokumentarische Sendungen des ZDF 2011

9 Vgl. J. Langer, Situation des Animationsfilms im deutschen Fernsehen 2010 bis 2015

den muss festgestellt werden, dass die deutschen Film- und TV-Produktionsmodelle nicht wirtschaftlich nachhaltig sind:

- Produzent*innen sind kaum oder keine Rücklagenbildungen aus ihren Gewinnen möglich
- Ohne Subventionierungen (Filmförderung) können Produzent*innen kaum oder keine eigenen strukturierten und relevanten Entwicklungsfinanzierungen stemmen
- Produzent*innen sind, durch unwirtschaftliche Verwertungsketten und -verträge, praktisch von der Wertschöpfung abgeschnitten
- Das unternehmerische Risiko wird grundsätzlich nicht anerkannt
- Pioniergewinne sind bestenfalls in Ausnahmefällen möglich

Diese Faktoren und der hohe Grad der Subventionierung in der Branche (Filmförderung) sowie die oligopolartige Dominanz der Rundfunkanstalten, welche den Produzenten vorschreibt, wann, wie und wieviel Gewinn erwirtschaftet werden darf, führt praktisch dazu, dass Produzent*innen ihre Gewinne nicht durch die Verwertung der Filme und Fernsehproduktionen, sondern ausschließlich während der Produktionsphase im Rahmen von den Finanzierern (Förderern und Sendern) zugebilligter Produzentenhonorare, Handlungsunkostenpauschalen und Gewinnpauschalen erhalten. Damit können und dürfen die Produzent*innen praktisch gar nicht an langen, aufwändigen und intensiven Entwicklungs- und Produktionsphasen ihrer Filme interessiert sein, sondern daran, so viele Filme so schnell wie möglich abzuschließen. Viele Filmschaffende leben tatsächlich in prekären sozialen Situationen, was ebenso in mehreren eigenen Untersuchungenthematisiert wurde.[10] Hier nur die wichtigsten Punkte stichpunktartig zusammengefasst:

- Im Vergleich zu Angestellten oder Festen Freien ergibt sich eine Schlechterstellung von Freien und Selbstständigen und hier besonders von Frauen
- Eine finanzielle Schlechterstellung geht zusätzlich einher mit hoher Arbeitsbelastung, hohem psychischen Druck durch pyramidale Vergabe- und Machtstrukturen und zu wenig Erholung
- Das Berufsleben ist oft nicht mit anderen Bereichen vereinbar, wozu insbesondere auch die Belange der Familie zählen

10 Vgl. J. Langer, Studie Film- und Fernsehschaffende 2015 und 2021, zur Situation der Autor*innen und Regisseur*innen im Dokumentarfilm 2012 und 2015. Vgl. auch J. Langer (2019): Beschäftigte zweiter Klasse? Gute Arbeit auch für Freie. https://www.rosalux.de/fileadmin/rls_uploads/pdfs/Studien/190125-Beschaeftigte-2.Klasse-Rundfunk.pdf (aktuell zuletzt am 19.05.2023)

- Eine in aller Regel unzureichende Altersvorsorge wird für die Betroffenen harte Konsequenzen bis hin zum Abrutschen in Altersarmut haben. Für die Gesellschaft bedeutet dies eine doppelte Belastung des Sozialstaates
- Der Fachkräfte- bzw. Nachwuchsmangel in einigen Bereichen macht deutlich, dass sich diese Problematiken inzwischen auch beim Nachwuchs herumgesprochen haben

Was wäre wünschenswert?

Die logische Konsequenz wäre daher die Entwicklung eines nachhaltigen Produktionsmodells, welches unternehmerische Verantwortung fördert und Gemeinwohlorientierung ermöglicht. Wenn von Gemeinwohlorientierung und unternehmerischer Verantwortung die Rede ist – umfassender noch ist der angelsächsische Begriff des »Public Value« – dann ist damit ein ganzer Strauß an Themen angesprochen, darunter ein Gleichklang von ökonomischer, ökologischer und sozialer Verantwortung aber auch Corporate Governance und Corporate Citizenship (vgl. Rotermund 2021: 297ff.). Es geht, mit anderen Worten, um Aspekte von Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit, Transparenz und Mitentscheidung. Konkret bedeutet dies für die Medienbranche die Forderung nach:

- sozialverträglicher Beschäftigung
- tariftreuer Vergütung
- angemessene Vergütung gemäß UrhG
- angemessene Abgeltung der eingeräumten Nutzungsarten
- diverser, diskriminierungsfreier, barrierefreier Produktion
- nachhaltiger Produktion (Prinzip »Green Production«)
- achtsamer Produktionsweise

Diese Stichworte bleiben allerdings so lange leere Worthülsen, solange sie nicht konkret umgesetzt werden. Für die Produzent*innen bedeutet eine solche Regelung:

- eine Erstattung aller, in Verbindung mit der Produktion entstehenden Kosten, inkl. Abgeltung d. Fixkosten (Handlungsunkosten – HU) durch den Auftraggeber
- Anerkennung von Achtsamkeits- Nachhaltigkeits- und Diversitätsprinzipien
- Kompromisslose Anerkennung und Durchsetzung der Tarifverträge für jeder Produktionsform
- Finanzierung eines Gewinnanteils zur Rücklagenbildung und Entwicklung neuer Projekte

- bei innovativen Lizenzmodellen, die eine möglichst dauerhafte Sichtbarkeit im digitalen Gedächtnis ermöglichen, eine wirklich angemessene Abgeltung der Nutzungsrechte (vgl. den Beitrag von Cay Wesnigk in diesem Band)

Gemeinsame Vergütungsregeln (GVR) scheitern an der Grundstruktur

Urheber*innen und ausübende Künstler*innen haben einen Anspruch auf angemessene Honorare für die Nutzung ihrer Werke bzw. Darbietungen. Was für unabhängige Filmschaffende, also z.B. Regisseur*innen, angemessen ist, wird in gemeinsamen Vergütungsregeln (GVR) festgeschrieben. GVR werden im Rahmen von Verhandlungen zwischen Verwertern bzw. Verwerterverbänden und Urheberverbänden aufgestellt. Im Falle der Filmschaffenden sind das für die Urheber*innen z.B. Verbände der Regisseur*innen und Autor*innen auf der einen Seite und die Produzent*innenverbände sowie ö/r Rundfunkanstalten auf der anderen Seite. Haben sich beide Seiten auf solche Regeln geeinigt, so gelten diese als verbindlicher Maßstab für angemessene Vergütungen. GVR sind also kollektive Verträge, die zwischen zwei Gruppen, welche theoretisch am freien Markt interagieren, abgeschlossen werden, um das wirtschaftliche Ungleichgewicht zwischen Kreativen und strukturell überlegenen Produzent*innen und Verwertern auszugleichen. Dies mag vergleichbar erscheinen mit der Situation am Arbeitsmarkt, wo Unternehmer*innen mit Arbeitenden interagieren und die Arbeitenden mit Hilfe von Gewerkschaften ihre Rechte durchzusetzen versuchen. Es scheint also, als wären GVR damit Tarifverträgen nicht unähnlich. Weit gefehlt, denn vor allem bei den Verhandlungen zu den GVR mit den ö/r Rundfunkanstalten verhandeln hier beide Parteien in zweierlei Hinsicht nicht auf Augenhöhe:

Zum einen herrschen hier keine freien Marktbedingungen. Die Situation in der Fernsehwirtschaft ist ähnlich der eines Oligopols. Die Rundfunkanstalten bestimmen grundsätzlich den Inhalt, den Preis und die Art und Weise der Umsetzung der Produktionen und somit der zu erbringenden Leistungen. Sie selbst können nicht frei verhandeln, da sie ihre Produkte nicht frei verwerten bzw. vermarkten, sondern von Rundfunkbeiträgen finanziert werden, welche wiederum von der Politik bzw. den Landesregierungen festgelegt werden. Dies ist ein strukturelles Manko, welches von den Rundfunkanstalten nicht selten in psychologischer Hinsicht gegenüber den Verhandlungspartnern der Urheberrechtsseite insofern ausgespielt wird, als dass man sich den Urhebern gegenüber als gar nicht handlungsfähig darstellt.

Zum anderen können in GVR, anders als in echten Tarifverträgen, keine Arbeitsbedingungen über die Vergütung schöpferischer Leistung hinaus geregelt werden, wie zum Beispiel Arbeitszeit und soziale Absicherung.[11]

Überschrift: Produzentenmodell oder so

Bei Film- und Fernsehproduktionen generieren fast alle Beteiligten, anders als z.B. im Bereich der Musik und Literatur, den überwiegenden Teil ihrer Einnahmen durch die unmittelbare Erbringung ihrer Leistung im Produktionsprozess, nicht durch nachträglichen Rechteverkauf. Hier sind Urheber*innen und Produzent*innen nahezu gleich betroffen. Dies resultiert aus dem hohen Subventionsanteil (Filmförderung) in deutschen Produktionen, ohne den viele Filme und auch Fernsehproduktionen nicht entstehen würden. Die Förderbedingungen einerseits, insbesondere die Vorgaben nach Eigenanteilen und vorgeschriebenen Eigenmittelquoten, das Verlangen nach Verwertungsverträgen vor Produktionsbeginn, aber auch die begrenzten Verwertungsmöglichkeiten für deutsche (insbesondere nichtfiktionale) Produktionen sind Auslöser dafür, dass in ca. 90 % aller Fälle ein Recoupment dieser Eigenmittel durch Rechteverkauf nicht gelingen kann. Insbesondere nach der Jahrtausendwende wurde eine Tendenz weg von den klassischen Auftragsproduktionen hin zu Teilfinanzierungen durch die ö/r Rundfunkanstalten deutlich. Diese Tendenz muss aus zweierlei Hinsicht kritisch gesehen werden. Zum einen erschwert sie die Verwertbarkeit aufgrund der Anspruchsberechtigung sowohl der Anstalten als auch der Produzent*innen und ist für die Zuschauer*innen strukturell intransparent. Zum anderen belastet sie die Filmhersteller*innen immer mehr aufgrund der o.g. Förderbedingungen. Die Rechnung Eigenmitteleinsatz gegen »Rechterückbehalt« geht für die kleineren Produzent*innen in Wirklichkeit also nur sehr selten auf.[12]

Überschrift: Online oder so

Zum anderen ist hier die Frage nach einer Vergütung für deutlich längere Verweildauern in den Mediatheken relevant, für die es dringend wirklich tragfähige Lösungen geben muss. Längere Verweildauern, insbesondere für nonfiktionale Produktionen, die den zentralen Funktionsauftrag Bildung, Information und Beratung

11 Vgl.: https://kunst-kultur.verdi.de/schwerpunkte/urheberrecht/verguetungsregeln (aktuell zuletzt am 19.05.2023)

12 (Quelle: »Wegweiser Weltvertrieb« AGDOK 2010 https://agdok.de/de_DE/artikel-vertrieb)

erfüllen, sind ein Desiderat von Bürger*innen und Politik gleichermaßen. Nur dadurch kann ein langfristig verlässliches digitales kulturelles Mediengedächtnis entstehen. Und nur dadurch können nach und nach auch die ö/r Mediatheken zu systematischen audiovisuellen Wissensdatenbanken werden, eine Funktion, die sie eigentlich innehaben müssten, die heute tatsächlich aber am ehesten von privatwirtschaftlichen Playern wie YouTube oder Wikipedia erfüllt wird. Und zwar oft genug ohne Beteiligung von Urheber*innen und Leistungsschutzberechtigten an den Erlösen der Plattform.

Auch aus einer Stellungnahme verschiedener Verbände zur Wirksamkeit der Umsetzung der Digital Single Market Richtlinie EU2019/790 unter Federführung des Bundesverband Regie (BVR) geht erstaunlicherweise sehr klar hervor, dass es derzeit eben gerade **keine tragfähigen Modelle** für das Bemessen von Vergütungen oder Folgevergütungen durch Sender oder Plattformen gibt. Der BVR selbst hat vor einigen Jahren mit dem ZDF eine pauschale sog. »Korbregelung« verhandelt, in der er eine ganze Reihe von Verwertungen durch eine Einmalzahlung vergüten ließ. Genau diesen Ansatz lehnt der BVR jetzt wiederum ab, ohne allerdings schlüssige neue Antworten vorlegen zu können, wie insbesondere Folgevergütungen errechnet und administriert werden sollen. Stattdessen heißt es in einer Stellungnahme an die Politik:

> »Bislang gilt für alle ö/r Sender: Es fehlen bislang in allen bisherigen GVRs differenzierte Verhandlungsergebnisse und Regelungen für die Online-Nutzungen. Als wesentliches Hindernis für Modelle zur Vergütung der Online-Nutzung wird das Fehlen einer Definition der Nutzung angeführt: Ab wann gilt ein Film als »genutzt«, bzw. kann Nutzung auch in Minuten oder Sekunden gerechnet werden, unabhängig davon, ob ein Film in Gänze gesehen wurde?«[13]

Grundsätzlich: Wenn als Bemessungsgrundlage für eine Online-Folgevergütung die quantitative Nutzung gestellt wird, konterkariert das nicht die auch von den Urheberverbänden immer wieder scharf kritisierte Quotenhörigkeit der ö/r Anstalten? Wäre es da nicht viel sinnvoller, die Bereitstellung, also die Produktion, insbesondere von solchen gemeinwohlorientierten ö/r Medien, die in der Regel keine weiteren kommerziellen Verwertungsmöglichkeiten haben, a priori auskömmlich zu finanzieren. Könnte man dadurch nicht einerseits gänzlich neue Standards etablieren und andererseits einem Schielen nach der Quote Vorschub leisten? Insbesondere für journalistische und dokumentarische, aber auch für künstlerisch besonders mutige und innovative fiktionale Produktionen, bei denen es nicht in erster Linie um

13 https://www.docs-for-democracy.de/wp-content/uploads/2022/02/0-BVR-Stellungnahme-EU-Buyout-Honorare-E9.pdf (aktuell zuletzt am 19.05.2023) Seite 12

den quantitativen Markterfolg geht, sollte das ein Ansatz sein, der die Rundfunkanstalten wieder näher an ihren Grundauftrag bringt: »Ihre Angebote haben der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen. Sie haben Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten.«[14] Eine solche neue Regelung würde dazu beitragen, eine qualitativ hochwertige und vielfältige Erfüllung des Funktionsauftrags zu finanzieren ohne durch Emotionalisierung, Sensationalisierung, Zuspitzung, Vereinfachung oder einfach nur Wiederholung bereits bestehender Erfolgsrezepte auf Klickzahlen und Quoten schielen zu müssen.

Grundvoraussetzung für eine gemeinwohlorientierte und gesamtgesellschaftliche Zur-Verfügungstellung dieser Angebote bleibt allerdings die Vollfinanzierung der Produktionen incl. langfristiger Rechteabgeltung, um Qualität und Vielfalt zu stärken und diese Produktionen dauerhaft online verfügbar zu machen. Es beinhaltet insbesondere eine angemessene Vergütung aller an der Entstehung dieser Produktionen Beteiligten, wobei »Angemessenheit« in einem unabhängigen Prozess unter Einbeziehung der Leistung und der Rechteabtretung der Beteiligten insbesondere der Urheber*innen zu definieren ist. Dies würde eine deutlich höhere Vergütung der beteiligten Filmschaffenden für die vollfinanzierte Produktion inkl. langfristiger Rechteabgeltung bedeuten.

Zur Realisierung dieser Anliegen eignete sich ein innovatives Lizenzmodell, das in diesem Band an anderer Stelle skizziert wird, aber sicher noch der weiteren Präzisierung bedarf (siehe Wesnigk in diesem Band). Den Verwertungsgesellschaften wird dabei eine Rolle zugewiesen und dennoch andere Prioritäten gesetzt als die eines angenommenen Marktes, den es für diese Produktionen in Wirklichkeit aufgrund der bereits erwähnten Oligopolstellung der ö/r Anstalten gar nicht gibt.

Insgesamt wird in der oben zitierten Stellungnahme deutlich, dass das Instrument GVR aus strukturellen Gründen nur eingeschränkt funktionieren kann und außerdem die finanziellen und personellen Kapazitäten der meisten Verbände, die diese GVR abschließen müssen, bei Weitem übersteigt. Im Wortlaut heißt es dort nämlich:

> »… dass das eminent wichtige Mittel der GVR Grenzen hat, die dringend verbesserungswürdig sind und durch andere Maßnahmen zu ergänzen sind.«[15]

Aus der Stellungnahme geht hervor, dass von den ca. 116 prinzipiell notwendigen GVR in der deutschen Bewegtbildbranche derzeit gerade einmal 16 ausverhandelt,

14 Medienstaatsvertrag §26.1. S. 29, https://www.die-medienanstal-ten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/RStV_22_nichtamtliche_Fassung_medienanstalten_final_web.pdf zuletzt abgerufen am 13-6-2022

15 https://www.docs-for-democracy.de/wp-content/uploads/2022/02/0-BVR-Stellungnahme-EU-Buyout-Honorare-E9.pdf (aktuell zuletzt am 19.05.2023) Seite 12

teilweise aber schon wieder deutlich veraltet sind. Es würde demnach 20 Jahre dauern, alle relevanten GVR lediglich für den Bereich Regie zu verhandeln, gleichzeitig hat eine GVR aber nur eine Gültigkeit von 2 Jahren (vgl. o.a. Stellungnahme S. 12ff.) Es liegt daher auf der Hand, dass die derzeitigen Modelle mit denen über die Frage angemessener Erst- und Folgevergütungen verhandelt wird nicht ausreichend sind und weiterentwickelt, ggf. aber auch gänzlich neu gedacht oder zumindest ergänzt werden müssen. An diesen Fragen zur Zukunft unserer ö/r Medien arbeitet unter anderem auch eine Arbeitsgruppe in der Deutschen Akademie für Fernsehen. Hier vertritt man die These, dass im Rahmen eines neu zu schaffenden Medieninnovationsfonds als Reallabor ganz neue Modelle zumindest einmal ausprobiert werden sollten, damit man neue Erfahrungen damit überhaupt generieren kann.[16]

Alternative Modelle für die Regelung von Vergütungen sind sinnvoll für Medien, die in besonderer Weise dem Gemeinwohl dienen

Für journalistische und dokumentarische, aber auch für künstlerisch besonders wertvolle Produktionen im Bereich Kurz-, Animations- oder Experimentalfilm ist ein alternatives Vergütungsmodell in der Form ratsam, dessen regelmäßige Angemessenheit vorab, aufgrund von statistisch festgestellten Nutzungen angenommen wird und das nur in Ausnahmenfällen (»Bestseller«) einer nachträglichen Anpassung bedarf. Testen würde man ein solches alternatives Verfahren z.B. im Rahmen eines durch Beitragsmittel finanzierten Medieninnovationsfonds vgl. den Beitrag von Lipp zur Gründung eines MEDIFO in diesem Band). Produktionsetats könnten dann über eine Direktbeauftragung der Medienmacher*innen vergeben werden. Dies ist, laut einem Gutachten der Berliner Verfassungsrechtlers Prof. Dr. Martin Eifert,[17] sowie einem Folgegutachten des Leipziger Medienrechtlers Prof. Dr. Hubertus Gersdorf,[18] rechtlich möglich. Im Mittelpunkt dieser Gutachten steht die prinzipielle verfassungsrechtliche Zulässigkeit solcher Modelle, die der Gesetzgeber im Rahmen einer staatsvertraglichen Fortentwicklung regeln kann. Auch Akteure wie der Wirtschaftswissenschaftler Justus Haucap,[19] der Kommu-

16 https://daff.tv/medienpolitik/reformmodell-medieninnovationsfonds/ (aktuell zuletzt am 19.05.2023)

17 www.docs-for-democracy.de/wp-content/uploads/2021/01/Gutachten_Prof.-Dr.-Martin-Eifert_Rechtliche-Rahmenbedingungen-Foerderung-unabhaengiger-Produzenten-aus-Rundfunkbeitrag.pdf (aktuell zuletzt am 19.05.2023)

18 www.docs-for-democracy.de/wp-content/uploads/2021/04/210310_Gersdorf_Gutachten_Docs-fuer-Democracy_Eckpunkte.pdf (aktuell zuletzt am 19.05.2023)

19 https://www.welt.de/kultur/medien/plus222450066/ARD-und-ZDF-Wie-der-Rundfunkbeitrag-sinnvoller-eingesetzt-werden-koennte.html (aktuell zuletzt am 19.05.2023)

nikationswissenschaftler Lutz Hachmeister[20] oder der Hamburger Kultursenator Carsten Brosda[21] plädieren, unter jeweils etwas anderen Vorzeichen, prinzipiell für ein solches Modell der Direktbeauftragung in Form eines Medieninnovationsfonds. Selbst die Bundesregierung lehnt sich an diese Argumentation an und fordert im Medien- und Kommunikationsbericht 2018 die Finanzierung unabhängiger privater Medienproduktionen in Form eines solchen Medieninnovationsfonds:[22]

> »Der ö/r Funktionsauftrag (v.a. zur Gewährleistung von Meinungsvielfalt, Qualitätsjournalismus, verlässliche/unabhängige Informationen, Regionalität) muss schließlich nicht zwingend allein durch herkömmliche Rundfunk-Angebote und nicht zwingend von den Rundfunkanstalten selbst eingelöst werden: Als weiteres Element einer konvergenten Medienordnung könnte man bspw. einen Medieninnovationsfonds schaffen, durch den ein Teil des Rundfunkbeitrages auch für die Finanzierung unabhängiger privater Medienproduktionen eingesetzt wird. So könnte es auch Anbietern und Produzenten journalistisch-redaktioneller Inhalte außerhalb des jetzigen ö/r Rundfunksystems ermöglicht werden, an der ö/r Finanzierung von Public-Value-Inhalten teilzuhaben und sonst nicht finanzierbare kreative oder investigative Beiträge zur Meinungsbildung bereitzustellen.«

Nach geltendem Recht werden derzeit schon auf der Grundlage von § 112 Medienstaatsvertrag in einzelnen Ländern landesgesetzliche Regelungen für eine Förderung unabhängiger Produzenten aus Rundfunkbeitragsmitteln[23] zur Anwendung gebracht. Gefördert wird dadurch insbesondere Qualitätsjournalismus auf regionaler und lokaler Ebene. Abgewickelt wird diese Variante der Direktbeauftragung unabhängiger Produzent*innen über die Landesmedienanstalten. Soweit dies landesgesetzlich noch nicht erfolgt ist, könnte auch in anderen Kontexten eine Förderung im Rahmen der Möglichkeiten von § 112 Medienstaatsvertrag erfolgen, wenn ein diese Förderung gestattendes Gesetz beschlossen wird. Auf der gerade genannten verfassungsrechtlichen Grundlage für die Direktbeauftragung kann aber auch eine bundesweite Lösung in Form der Gründung einer Medienstiftung erwogen werden, die als zentrale Vergabe- und Prüfstelle fungiert und dadurch einige wesentliche Vorteile bietet.

Der Aspekt der Selbstverwaltung der Mittel durch den Fonds ist zentraler und unverzichtbarer Bestandteil des Reformvorschlages. Warum ist das so? Wie oben

20 https://www.medienkorrespondenz.de/leitartikel/artikel/die-daemmerung-desnbspduale nnbspsystems.html

21 https://www.youtube.com/watch?v=XREPnQD7bBs (aktuell zuletzt am 19.05.2023)

22 www.docs-for-democracy.de/wp-content/uploads/2021/01/2019-01-09-medienbericht-breg -2018-politischer-teil-data.pdf (aktuell zuletzt am 19.05.2023)

23 https://www.medienpolitik.net/2020/04/strukturen-staerken-in-denen-qualitaetsjournalis mus-entstehen-kann/ (aktuell zuletzt am 19.05.2023)

bereits ausgeführt, haben Medienmacher*innen ein Recht auf angemessene Vergütung ihrer Leistung. Da das Produktions- und Verwertungsmodell im Rahmen eines alternativen Lizenzmodells auf dem Prinzip eines weitgehenden Buy Out aller Rechte durch Vollfinanzierung basiert, kann es bei den Medienmacher*innen und ihren politischen Vertretungen nur dann auf Akzeptanz stoßen, wenn größtmöglicher Konsens über die Frage besteht, wie eine angemessene Vergütung für den Buy Out auszusehen hat.

Die historische Erfahrung zeigt, dass Medienmacher*innen gegenüber dem ö/r Oligopol immer in der schwächeren Verhandlungsposition sind. An diesem eklatanten Ungleichgewicht hat bislang auch der Gesetzgeber durch zahllose Protokollnotizen in den Rundfunkstaatsverträgen nichts Wesentliches zu ändern vermocht, obwohl diese dauernd eine angemessene Vergütung der Urheber*innen anmahnen. Aus diesem Grund dürfen auch die Anstalten keinesfalls die Bedingungen über Buy Out Verträge im Rahmen z.B. von CC-Lizensierungen mitbestimmen, weil dies am Ende vor allen den Anstalten selbst, nicht aber den Urheber*innen in die Hände spielen würde. Daher kann die Entscheidung darüber, welchen Wert die Einräumung solcher Rechte hat, nur im Rahmen eines neuen Modells der Selbstverwaltung geschehen.

Damit wäre erstmals auch eine echte Konkurrenz gegenüber dem derzeitigen Produktionsmodell gegeben. Die Medienmacher*innen hätten dann die Wahl: entweder sie produzieren im Rahmen des bestehenden Modells, das ihnen ein hohes Risiko aufbürdet und ihnen für verschiedene Nutzungsarten Verwertungsrechte von oft eher unrealistischer, zumindest unsicherer Verwertbarkeit einräumt. Oder aber sie produzieren zu einem deutlich höheren Festpreis, der ihren Aufwand, ihre künstlerische Leistung und die Verwertung angemessen vergütet, eine eigene weitere kommerzielle Verwertung dafür aber vollständig ausschließt, oder allenfalls im Ausland noch zulässt (vgl. den Beitrag von Cay Wesnigk in diesem Band). Die DSM-Richtlinie zur Harmonisierung der europäischen Urheberrechtsgesetzgebung sieht solche Pauschalzahlungen zur Rechteabgeltung ausdrücklich vor. In Erwägungsrichtlinie 73 heißt es dazu:

> »Auch eine Pauschalzahlung kann eine verhältnismäßige Vergütung sein […]. Die Mitgliedstaaten sollten die Möglichkeit haben, unter Berücksichtigung der Besonderheiten jeder Branche Sonderfälle zu bestimmen, in denen eine Pauschalzahlung geleistet werden kann. Es sollte den Mitgliedstaaten freistehen, den Grundsatz der angemessenen und verhältnismäßigen Vergütung mit verschiedenen bestehenden oder neu eingerichteten Verfahren, die unter anderem

> Kollektivverhandlungen und andere Verfahren umfassen könnten, umzusetzen, sofern sie dem geltenden Unionsrecht entsprechen.«[24]

In Frage steht, ob die derzeit von einigen Urheberverbänden kommunizierten Befürchtungen eines »Ausverkaufes« von finanziellen Interessen der Kreativen durch Buy-Out Modelle (z.B. in Form von OER Lizenzen) durch valide Studien substantiiert worden sind. Vermutlich handelt es sich dabei eher um eher ideologische geprägte Positionen, die in der Vergangenheit immer wieder die Runde machten und sich so in den Köpfen festsetzten und ohne wissenschaftlich systematische Grundlage immer wieder wiederholt werden.

Letztendlich ist davon auszugehen, dass pauschale Verhinderung der Suche nach neuen Modellen, so auch dem hier dargelegten, für die Urheber*innen weiterhin Stillstand bedeutet und damit sogar gegen die finanziellen Interessen der Urheber*innen verstoßen könnte, weil sie deren Besserstellung »up front« (z.B. durch ein konsequentes Modell der realistisch kalkulierten und vollfinanzierten Auftragsproduktion incl. Rechteabgeltung) mit dem Verweis auf den (allerdings in der Regel nicht werthaltigen) Rechterückbehalt verhindert und dadurch den oligopolistischen Auftraggebern am Ende sogar in die Hände spielt?

Klar ist jedenfalls, dass das Recht der Medienmacher*innen auf angemessene Vergütung vom Gesetzgeber anders bewertet werden muss, als im derzeitigen Urheberrecht verankert. Hier wird, zumindest idealiter, für jede Nutzung eine gesonderte Vergütung gefordert. Die Quantität der Nutzung entscheidet dann über den ökonomischen Erfolg. Dabei ist es aber erwiesenermaßen genau dieses Prinzip der Suche nach der größten Aufmerksamkeit, das oft zu Lasten von publizistischen Tugenden wie Genauigkeit, Gründlichkeit oder der langsamen und mühsamen Suche nach Wahrheit geht. Die Regeln für die Vergütung müssen daher auf der Grundlage von anderen, am Gemeinwohl orientierten Kriterien im Rahmen neuer Regelungen innovativ gedacht werden. Das könnte ein Modell der Selbstverwaltung der Mittel sein. Es könnte aber auch eine, nicht zuletzt von den Urheberverbänden immer wieder geforderte, gesetzlich geregelte Mindestvergütung ins Spiel kommen – und zwar insbesondere für die immer wichtiger werdenden Online-Nutzungen. Beide Verfahren sollten versuchsweise in einem Medieninnovationsfonds als Reallabor getestet werden bevor man sie, wenn sie funktionieren, flächendeckend etabliert.

24 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0790 (aktuell zuletzt am 26.06.2023)

Wie könnte ein solches Modell konkret aussehen?

Es muss grundsätzlich klar sein, dass es zur Entwicklung eines vollständig nachhaltigen und sozialverträglichen Modells unter Wahrung der Prinzipien der unternehmerischen Verantwortung und Gemeinwohlorientierung keine Denkverbote geben darf, kein Abwägen von Einzelinteressen, keine Machbarkeits- und Durchsetzungserwägungen.

Meine mehrjährige Beschäftigung mit dem Thema im Rahmen einer Dissertation an der Humboldt-Universität zu Berlin gab mir die Freiheit dazu, ein solches Modell zu entwerfen.

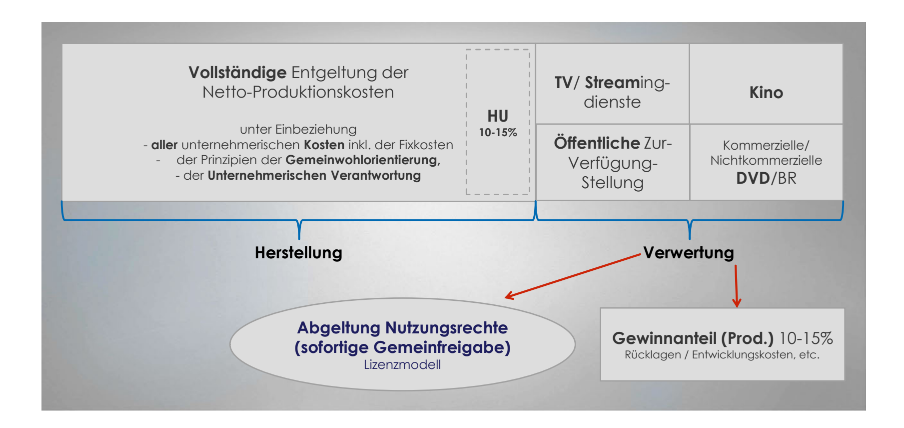
Zunächst wurden Kernprinzipien definiert, die der nachhaltigen und gemeinwohlorientierten Produktionsweise zu Grunde liegen sollen. Dies sind: Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit, Sozialverträglichkeit, Barriere- und Diskriminierungsfreiheit, Achtsamkeit, Transparenz und Mitentscheidung.

Dies bedeutet für Hersteller*innen von Film- und Fernsehproduktionen die verantwortungsvolle Realisierung von diskriminierungs- und barrierefreien, sozialverträglichen, ökologisch nachhaltigen Produktionen unter Beachtung der tariftreuen bzw. angemessenen Vergütung gemäß UrhG der Urheber*innen bzw. Filmschaffenden. Dies bedarf einer grundsätzlichen Überarbeitung der gängigen Produktionsmethodik, es braucht hierfür mehr Know-How und mehr finanzielle Mittel.

Um dies durchsetzen zu können, müssen die Hersteller*innen alle in Verbindung mit der Produktion entstehenden Kosten erstattet bekommen, inklusive einer Abgeltung ihrer Fixkosten (HU). Dies war in der Theorie auch in der Vergangenheit schon gegeben, aber in der Praxis schränkten die Rundfunkanstalten dies unter Ausnutzung ihrer Oligopolstellung stark ein. Die Sender diktierten meist die Preise für Produktionen im Vorhinein, auch oft ohne Bezug zum tatsächlichen Aufwand. Weiter sollen die Hersteller*innen einen realistischen Gewinnanteil zum Zweck der Rücklagenbildung und der Investition in die Entwicklung neuer Projekte erhalten.

Die hier wiederum von den Rundfunkanstalten und der Filmförderern vorgegebenen kalkulierbaren Prozentsätze an HU und Gewinn hinken denen in anderen Ländern, gerade im englischsprachigen Raum hinterher. Hier muss erheblich nachgebessert werden. Wenn die Produktionen anschließend der Gesellschaft uneingeschränkt zur Verfügung gestellt werden sollen, muss dies zusätzlich abgegolten werden.

Die nachfolgende Grafik skizziert ein solches Produktionsmodell:



Gehen wir also davon aus, dass alle Produktionskosten ohne Einschränkung erstattet werden, sollte ein Handlungskostenaufschlag von 10–15 % dazu kommen, welcher international bereits durchaus üblich ist.

Ein Gewinnanteil zur Rücklagenbildung und Investition, orientiert an den Umsatzrenditen, welche im privaten Sektor erzielt werden, sollte ebenfalls zwischen 10 und 15 % liegen.

Ergänzt werden müssen diese Vergütungen durch ein lizenzähnliches Modell, welches die Übertragung der Nutzungsrechte an die Gesellschaft vergütet. Hier sind verschiedene Modelle denkbar (vgl. den Beitrag von Wesnigk in diesem Band). Hierbei handelt es sich um einen Aufschlag auf die Vergütung der Urheber- und Leistungsschutzrechte, welche von den Filmhersteller*innen and Urheber – und Leistungsschutzberechtigte durchgereicht werden müssen.

Ziel war es, für verschiedene Auswertungsformen einen Aufschlagskoeffizienten zu ermitteln, da sich dies als ein bewährtes und praktikables Mittel herausgestellt hat. In intensiver Recherchearbeit wurden in der Branche bereits bestehende Vergütungsregelungen der verschiedenen Urheberverbände und Verwerter studiert und ausgewertet. Folgende Koeffizienten für die Überlassung der Nutzungsrechte für uneingeschränkte Zeit, Territorium, Sprache für folgende Medien wurde im Resultat ermittelt und für verhältnismäßig befunden:

- Öffentliche Zur-Verfügung Stellung (VOD)*: Vergütung +10 %
- TV: Vergütung +20 %
- Kino: Vergütung +5 %
- Weitere Bearbeitung: Vergütung +15 %

In Summe der beschriebenen Komponenten des Modells würde das etwa eine Verdopplung der derzeit üblichen Produktionsbudgets bedeuten, was in der Tat eine deutliche Belastung der Etats darstellt.

- Vollständige Abgeltung der tatsächlichen Produktionskosten unter Wahrung der Produktionsprinzipien der Nachhaltigkeit, unternehmerischen Verantwortung und Gemeinwohlorientierung
- Handlungsunkosten von 10 bis 15 %
- Gewinnanteil in Höhe von 10 bis 15 %
- Abgeltung der Nutzungsrechte entweder pauschal oder katalogisiert (TV plus 20 %, Kino plus fünf Prozent, Öffentliche zur Verfügungstellung plus 10 %, Bearbeitung (z.B. Abklammerung) durch Dritte plus 15 %
- Allerdings könnte man sich dann sicher sein, dass mit diesem Modell die finanziellen Grundlagen für nachhaltige, verantwortliche, sozial gerechte, gemeinwohlorientierte und achtsame Produktionen gelegt werden würden, welche mit der errechneten Nutzungsrechteabgeltung der Allgemeinheit uneingeschränkt zur Verfügung gestellt werden könnten.

Fazit

Ein Großteil sowohl der Produzent*innen als auch Urheber*innen und Filmschaffende sind mit ihrer derzeitigen wirtschaftlichen Situation unzufrieden. Die jeweiligen Interessenverbände versuchen, die Situation ihrer Mitglieder partiell zu verbessern. Der eine Verband ist da stärker als der andere, der eine Sender zugänglicher als der andere. Am Ende spielt es aber kaum eine Rolle, wer wie stark und in welche Richtung zieht, das Tuch wird immer zu kurz sein. Die derzeitigen Produktions- und Finanzierungsstrukturen können die Probleme aller Beteiligten nicht lösen.

Deshalb sei nochmals betont, dass es einen umfassenden Ansatz zur Neustrukturierung des Produktions- und Erlösmodells der Film- und Fernsehwirtschaft braucht. Ideen und konkrete Ansätze gibt es genug. Ein sehr beachtenswerter Vorschlag für ein alternatives Lizenzmodell wird in dieser Publikation vom Kollegen Cay Wesnigk entworfen. Von weiteren Verbänden gibt es andere Vorschläge. Die verschiedenen Ansätze gehen von unterschiedlichen Prämissen aus, unterscheiden sich im einen oder anderen Detail.

Wichtig ist nun, diese Ideen nicht gegeneinander auszuspielen, die Partikularinteressen der einzelnen Interessensgruppen, sprich Verbände, erst einmal hintenanzustellen und sorfältig zu prüfen, welche Modelle die Vision einer nachhaltigen und sozial gerechten Produktionsweise am nächsten kommen oder welche Ideen und Modelle kombinierbar sind. Am Ende geht es darum, die Idee eines gemeinwohlorientierten ö/r Mediensystems erfolgreich in eine digitale, nonlineare Zukunft zu übertragen. Wir sollten nicht den Fehler begehen, die Lizenz- und Vergütungsmodelle aus der TV-Vergangenheit eins zu eins auf die digitale Gegenwart bzw. Zukunft zu projizieren.

Dabei darf groß gedacht werden und nichts sollte unvorstellbar sein. Nur so konnten die neuen Technologien entstehen welche die Branche momentan mit einer gewaltigen Welle vor sich hertreiben. Sollte es die Branche hierzulande nicht schaffen, ein eigenes, zukunftsweisendes Modell zu erfinden und stattdessen versuchen, die ungeheure Dynamik neuer Produktionswege mit den ihnen eigenen neuen Auswertungs- und Publikationsformen nach altbewährtem Muster lenken zu wollen, wird diese Welle sich ihre eigene Bahn suchen und überkommene Produktions- und Verwertungswelten hinwegspülen.

Jörg Langer ist einer der profiliertesten anwendungsbezogenen Medienforscher in Deutschland. Er verfügt über mehr als 25 Jahre Berufserfahrung als Produzent und Herstellungsleiter von über 60 Dokumentationen, Reportagen, Features und Dokumentarfilmen und war mehrere Jahre im TV-Weltvertrieb tätig. Er ist Mitglied der AG DOK und der Deutschen Filmakademie und war lange Jahre Dozent an der Beuth-Hochschule für Technik in Berlin für die Fächer Medienökonomie, Medienproduktion und Fernsehgeschichte.

Literaturverzeichnis

Rotermund, Hermann (2021): Nach dem Rundfunk. Die Transformation eines Massenmediums zum Online-Medium. Köln, Halem.

Was sagen Medienschaffende zum Thema?

Qualität leidet am Zeitdruck

Ich arbeite seit 25 Jahren als Film-Editorin und ich habe nicht den Eindruck, dass sich meine Arbeitsbedingungen in den letzten 25 Jahren verbessert haben. Im Gegenteil. Das Thema Schnitt-Zeiten ist ganz elementar für uns und das hängt natürlich mit den Gagen immer eng zusammen. Und bei den Sendern haben wir das Gefühl, dass sie sich immer mehr rausziehen aus der Verantwortung. Für die Filmförderung gilt das Gleiche. Immerhin reden wir über öffentliche Gelder. Fakt ist, dass die Schnitt-Zeiten halt ständig kürzer werden und das gedrehte Material gleichzeitig mehr und wir eigentlich immer mehr merken, dass das so nicht machbar ist. Wie das kalkuliert und geplant wird. Das betrifft ganz besonders den Dok-Film ganz besonders, aber letztlich alle Formate.

Dreiklassengesellschaft

Ich gebe zu, dass es natürlich auch im Sender inzwischen Arbeitsverträge gibt, die nicht mehr ganz so rosig sind. Aber es gibt definitiv eine Mehrklassengesellschaft: ganz oben die Festangestellten, dann die zweitklassigen Festen Freien und die drittklassigen ganz Freien. Also wir Kreativen werden keinesfalls alle gleich behandelt.

Auftragsvergabe an Produktionsfirmen spart den Anstalten viel Geld

Die Landesrundfunkanstalten haben sehr viele Produktionen an freie Firmen ausgelagert, eben um zu sparen. Die Produktionsfirmen sagen uns immer, tut uns leid, der Sender zahlt leider nicht mehr. Der Sender bekommt aber Angebote der Produktionsfirmen, die uns ganz billig kalkulieren, damit sie den Auftrag bekommen. Diese Intransparenz ist sehr problematisch. Und dann gibt es außerdem ein großes Missverhältnisse zwischen den Honoraren für freie Editor*innen bei den Privaten, die viel besser zahlen, und bei den Ö/r, wo die Aufträge vielleicht inhaltlich interessanter, dafür aber viel schlechter vergütet sind.

Teure Doppelstrukturen

Zum Thema Strukturen: Ich bin schon sehr lange dabei. Das heißt, ich kann insofern auch so etwas wie eine Entwicklung abschätzen, die die letzten 30 Jahre umfasst. Früher war das im Grunde so, dass die Anstalten selbst viel fiktionales Programm hergestellt haben. Fernsehen war eine Institution bei der die Kompetenz vor Ort war. Heute ist das vollkommen andres. Die Sender stellen selbst ja gar kein Programm mehr her, sondern das wird als Auftrag rausgegeben. Nicht zuletzt übrigens an ö/r Töchter. Stichwort Doppelstrukturen. Die Produktion wird also ausgelagert und dadurch viel billiger. Gleichzeitig wird dann aber ein spiegelbildliches System in den Tochterfirmen oder bei freien Produktionsfirmen hochgezogen mit Personal, das den Sender beliefert mit dem Programm, das er vorher selbst gemacht hat. Früher war der Redakteur im Grunde der Produzent. Produzent und Redakteur in einer Person. Das war effektiv. Jetzt ist es das ausgelagert. Ich glaube, die wenigsten Zuschauer*innen wissen, dass die meisten Sendungen Auftrags-Produktionen sind von Firmen, die dem Sender diesen Content nur zur Verfügung stellen. Billiger halt, als wenn er es mit ordentlich abgesicherten Mitarbeiter*innen selbst herstellen müsste. Und die outgesourcte Produktion muss dann billiger sein als vorher, denn die Verwaltung der Doppelstrukturen kostet ja immer mehr Geld. Das ist den Zuschauern, glaube ich, gar nicht klar. 28.000 Leute, die da auf der Payroll stehen, machen ja praktisch alle kein Programm mehr, sondern verwalten Programm.

Die Sender tragen Verantwortung für faire Bedingungen

Es geht ja um die Verantwortung der Sender. Letztlich ist doch die Frage: Es ist öffentliches Geld, wie kann jemand überhaupt begründen, dass das nicht immer grundsätzlich faire Gagen und auch realistische Kalkulationen beinhaltet? Das ist doch eigentlich die Grundfrage.

Es Entstehen ganz neue Monopole

In Bezug auf Plattformen denke ich, ist es das große Risiko, dass sie irgendwann die Preise bestimmen werden. Und das ist dann auch für alle Produktionen die Frage: von Produzent*innen bis runter zu den Schauspieler*innen werden uns dann die Preise von neuen Monopolen diktiert. Nur wenn die Ö/r sich da wiederum stark machen und andere Angebote machen oder Angebote durchlassen, kann das einen Gegenpol bieten.

Transparenz bei der Auftragsvergabe an Tochterfirmen

Transparenz ist wichtig und soll Missstände aufzeigen. Die Produzenten-Berichte gibt es und sie sind wichtig. Sie müssen analysiert werden, das ist ja fast schon eine Lebensaufgabe und dafür wird niemand von uns bezahlt. Ich glaube wirklich, dass wir immer darauf drängen müssen, dass, wenn solche Reform-Überlegungen da sind, immer Vielfalt und Transparenz eben Forderungen sind, die auch wirklich immer wieder einfließen müssen.
Wir wissen alle, dass die Konzentration gerade auch in der Privatwirtschaft immer stärker zunimmt. Es bilden sich immer mehr Konglomerate. Ich finde daher auch, dass in solche Produzentenberichte reingehört, wem diese Unternehmen dann letztendlich gehören und wer wirklich dahintersteht? Also insofern würde ich einfach sagen, müssen wir auf jeden Fall die Forderung nach Transparenz und Offenlegung der Geldflüsse letztlich immer mitdenken. Wo fließen solche Auftragsvolumina und Produktionsvolumina hin?

Marktbeherrschung durch ö/r Tochterfirmen

> Wenn ich jetzt lese, das ZDF Enterprises jetzt 29 Prozent von Realfilm Berlin übernehmen wird, was letztlich wiederum über Studio Hamburg dem NDR gehört, dann denke ich, oh wow, jetzt wächst auch der Produktionsbereich zusammen. Und damit natürlich auch der kapitalistische Arm der ö/r Anstalten. Diese Hintergrundinformationen gehören auch in den Problemkomplex Reform des ö/r Rundfunks. Das ist nicht nur das, was wir auf dem Bildschirm sehen, sondern auch das, was im Hintergrund passiert und eklatante Auswirkungen auf die Auftragsvergabe und dadurch auch auf die Vielfalt des Programms hat. Die Tochterfirmen der Anstalten agieren kapitalistisch, obwohl der Funktionsauftrag der ö/r Anstalten ganz anders lautet.

Blockchain in der deutschen TV- und Filmbranche
Ein Teil der Lösung?

Michael Esser

Die traurige Wirklichkeit

Nach Jahren als sog. »kreativer Producer« durfte ich den Herstellungsleiter des Unternehmens für das ich damals arbeitete zu einer Kalkulationsverhandlung in einen ö/r Sender begleiten. Es war eine Erfahrung, die ich nicht vergessen werde. Um einen Eindruck zu vermitteln: Der Herstellungsleiter des Senders fand das Honorar des Kameramannes nicht akzeptabel, es lag höher als das, was der Sender für diese Position bezahlen wollte, oder durfte. Der Herstellungsleiter der Produktionsfirma erklärte, dass der Regisseur, den die Redaktion haben wollte, auf diesem Kameramann bestand. Und dieser Kameramann bestand auf seiner Gage. Man einigte sich schließlich darauf, ein paar Stellen für Strassenabsperrungen zu »erfinden«, damit das Geld für den Kameramann zusammenkam. So – und schlimmer – ging das einen ganzen Tag lang, es war demütigend und deprimierend. Der Herstellungsleiter des Senders wies immer wieder darauf hin, dass der Preis für den Film doch sowieso schon feststand, da er bereits Wochen zuvor an »höherer Stelle« vereinbart worden war, zwischen dem zuständigen Redakteur, seinem Abteilungsleiter und dem dem Produzenten.

Story, Charaktere, oder etwa, ob der Kameramann der richtige für diesen Film sei, wurde nicht einmal auch nur erwähnt. Am Ende rief unser Herstellungsleiter den Chef der Firma an und verkündete stolz, dass mindestens 30 % »hängenbleiben« werden. Es war ein würdeloses und erbärmliches Schauspiel. Als ich darauf gegen Ende der Veranstaltung hinwies, sahen mich die beiden Kollegen an wie zwei schwerstens in Ko-Abhängigkeit verstrickte Familienmitglieder, die bei einem hoch neurotischen Psycho-Clinch erwischt worden waren. Auf die höheren Weihen der deutschen TV Produktion, ihre Finanzierung und eine Karriere in dem Unternehmen musste ich danach verzichten.Es ist mir nicht schwergefallen. Deutsche Produzenten verdienen nicht Geld, indem sie ihre Produkte auf dem Markt anbieten. Deutsche Produzenten verdienen Geld, indem sie dem auftraggebenden Sender eine Kalkulation vorlegen, die sie dann bei der Produktion unterlaufen.

Dieses entwürdigende System existiert seit Jahrzehnten, jeder weiss, dass und wie es funktioniert. Alle Beteiligten haben mehr recht als schlecht davon gelebt. Es hat Fernsehproduzenten zu den Abhängigen der Sender gemacht.

Nun, nach einer Pandemie, mitten in einem Krieg in Europa, einer Inflation, sowie angesichts der dramatischen, nicht stoppbaren Alterung der deutschen Gesellschaft, scheint dieses System zu bröckeln. Der Intendant von Europas größtem Fernsehsender, Norbert Himmler, sagt plötzlich Dinge wie: »Wir wollen, dass künftig mehr Verwertungsrechte bei den Produzenten bleiben. Wir müssen sehen, dass der Löwenanteil der dort geschaffenen Wertschöpfung auch an die kreativen Köpfe geht«[1] Das Problem: Dies ist kein Aufstoßen lang verrammelter Türen, um endlich frischen Wind in die Bude zu lassen. Es ist die panische Reaktion auf die überraschend schnelle Erosion eines Systems, das längst hätte abgeschafft gehört. Nun, da Finanzen knapp werden, der Wille der Bevölkerung, sich in absoluten Zahlen das teuerste öffentlich rechtliche System der Welt[2] zu leisten, rapide schwindet, es also dem Ende zugeht, zeigt sich: die jahrzehntelange Abhängigkeit hat schlimme Spuren hinterlassen. Um es mal mit den Bildern einer Familienserie zu sagen: Die Mutter, die jahrzehntelang ihren Sohn nicht loslassen wollte oder konnte, sieht nun, da »der Junge, der an die frische Luft muss« in seinen späten Fünfzigern ist, dass sie mit ihrem Klammern ein lebensunfähiges Psychowrack herangezogen hat, für den die aufgestoßene Tür ein Alptraum ist. Er will nicht da raus in die Welt, er will zurück in die warme, stickige Stube zu Mama; er ahnt, dass er hier zu Grunde gehen wird, und dieser unlösbare Konflikt löst einen Maelstrom an Gefühlen aus, die ihn vollends lähmen.

Was tun? Die Produzenten haben jahrzehntelang »auf Bestellung« gearbeitet, Kreativität war und ist keine notwendige Berufsvoraussetzung, im Gegenteil. Besonders die in den Spitzenpositionen der Konglomerate, die von den Sendern mit Produktionskontingenten versorgt worden sind, was sie zu Super Junkies macht, sitzen Trauergestalten, die in ihrem gesamten Berufsleben durch keinen kreativen Funken aus ihrer Bierruhe gerissen wurden, und trotzdem, oder gerade deshalb finden, dass sie in der deutschen Fernsehbranche immer »zur richtigen Zeit am richtigen Ort« waren, wie letztlich eine besonders pathetische dieser traurigen Gestalten in der selbstzufrieden Rückschau auf ein erfolgreich im Ststem verbrachtes Berufsleben in einem Artikel bekannt gab.[3]

---

1 Inflation: ZDF beteiligt sich an den Mehrkosten der Produktionsfirmen. https://www.dwdl.de/nachrichten/91765/inflation_zdf_beteiligt_sich_an_mehrkosten_der_produktionsfirmen/ (zuletzt abgerufen am 19.01.2023)

2 https://de.statista.com/infografik/3150/rundfunkgebuehren-in-ausgewaehlten-laendern/

3 https://www.maz-online.de/lokales/potsdam-mittelmark/ufa-gf-joachim-kosack-ueber-film-theater-und-seine-klage-gegen-die-brd-OZ53KFMWEVHINOYOZTA6O55FAY.html (zuletzt abgerufen am 19.01.2023)

Natürlich hat diese Raubwirtschaft weite Kreise gezogen: Den Produzenten blieb nichts anderes übrig, als dieselbe würdelose Behandlung, die sie von den Sendern erfuhren, an die Kreativen weiterzugeben, die sie brauchten, um Filme zu machen. Autoren, die eigene Ideen haben, gar ohne Auftrag ganze Drehbücher oder Serienkonzepte schreiben? Bitte nicht! Das unterminiert die Position des Redakteurs, der es sich in vielen Fällen nicht hat nehmen lassen, Autoren, einschließlich Angaben zur Kommasetzung, in die Feder zu diktieren, was sie von ihnen geschrieben haben wollen, wenn er es denn nicht gleich selber schreibt. Ich habe solche Szenen dutzendfach als »kreativer Producer« erlebt. Regisseure bekamen etwas mehr Freilauf, weil sie die Dompteure des Teams waren und damit den Redakteuren gegenüber eine gewisse Verhandlungsmacht hatten. Aber wenn mal einer versuchte wirklich »seinen/ihren Film« zu machen, und die Wünsche der Redaktion nicht dankbar entgegennahm und umsetzte, dann durfte der Kollege noch den Film zu Ende drehen, aber danach dann erst mal zehn Jahre für den betreffenden Sender nicht mehr arbeiten.

Vor ein paar Jahren kamen die Streamer nach Deutschland und erst mal gab es kurz dieselbe Eldorado Stimmung wie damals, als die privaten Sender ihre Pforten öffneten. Geld floss ins System, und es kam von Leuten, die einem nicht ständig reinquatschen, und auch mal junge Leute ranlassen wollten. Beides machte, so die Hoffnung, das Produzieren billiger. Aber diese Streamer kamen mit Controllern aus den USA, wo es schon immer darum ging, dass jeder Dollar, der ausgegeben wird, auch wirklich auf dem Bildschirm erscheint. Die Controller haben sich eine Zeitlang angesehen, wie Produzenten versprachen, was sie dann nur sehr teilweise umsetzten, eben so, wie sie es seit Jahrzehnten mit den Sendern hierzulande auch getan haben. Dann setzten die Controller die Daumenschrauben an, verlangten, dass ihr Geld auch wirklich in das jeweilige Produkt flösse, und/oder strichen die Budgets radikal zusammen. Und natürlich wollten auch die Streamer, genau wie die Sender zuvor, alle Rechte und zwar für immer. Das Eldorado wurde zum Leichenschmaus. Die deutschen Produzenten hatten und haben dem nichts entgegenzusetzen. Jahrzehntelang haben sie es versäumt, Kreative stark zu machen, Marken zu genieren, »Stars« zu machen, um es mal einfach zu sagen. Und diese Verhandlungsmasse fehlt ihnen nun an allen Ecken und Enden, um sich bei den Streamern auch nur ansatzweise durchzusetzen.

Was tun? Es bleibt nichts anderes als der lange, beschwerliche Weg über die Ebenen. Produzenten müssen Respekt, ihrer Arbeit gegenüber und vor allem vor der Arbeit der Kreativen, neu lernen. Dann, und auch nur dann, kann die deutsche TV- und Film-Community eines Tages durch die aufgestoßene Türe ins Freie treten.

Himmler hat richtig erkannt, was der wichtigste Aspekt dieses notwendigen Respekts ist: Die faire Verteilung und angemessene Beteiligung an den Einnahmen aller an der Produktion eines Films Beteiligten. Hier kann eine Technik helfen, die erst

ein Jahrzehnt alt ist, aber in dieser Zeit in den Mittelpunkt der globalen Aufmerksamkeit gerückt ist. Blockchain.

Was ist Blockchain?

Die Blockchain-Technologie ist ein dezentralisierter und transparenter digitaler Mechanismus für jede Art von Transaktion zwischen Teilnehmern in jedem Bereich der Zusammenarbeit und Koordination. Berühmt wurde es im Zusammenhang mit digitalen Währungen wie Bitcoin. Das zugrunde liegende Konzept von Bitcoin war und ist ein Finanzkreislauf ohne zentrale Kontrolle. Blockchain ermöglicht Transaktionen direkt zwischen Teilnehmern und trägt so zur Demokratisierung der Teilhabe am Wirtschaftsgeschehen bei. Blockchain stellt gemeinsam genutzte und vollständig transparente Informationen bereit, die in einem unveränderlichen Register gespeichert sind, auf das nur berechtigte Netzwerkmitglieder zugreifen können. Ein Blockchain-Netzwerk kann Bestellungen, Zahlungen, Konten, Produktionsabläufe und -ergebnisse und vieles mehr verfolgen.

Alle Netzwerkteilnehmer haben Zugriff auf das Register und die unveränderliche Aufzeichnung jeder Transaktion. Sie können alle Details einer Transaktion einsehen. Kein Teilnehmer kann eine Transaktion ändern oder manipulieren, nachdem sie im gemeinsamen Register aufgezeichnet wurde. Regeln – Smart Contracts genannt – können in der Blockchain gespeichert und automatisch ausgeführt werden. Ein Smart Contract kann z.B. Bedingungen für die Zahlung eines Honorars oder eines Anteils an Verkaufserlösen definieren, oder auch die Freigabe oder Sperrung von Datenquellen auslösen.

In den 14 Jahren seit der ersten Veröffentlichung zur Blockchain hat sich gezeigt, dass die Technologie weit mehr kann, als nur als Betriebssystem für digitale Währungen zu dienen. Blockchain ermöglicht ein »Internet der Werte«, und der Begriff lässt sich um ideelle Werte erweitern. Beispielsweise nutzt UNHCR, das UN-Flüchtlingshilfswerk, seit 2022 Blockchain-Verfahren, um Flüchtlingen Geld für Lebensmittel zur Verfügung zu stellen, und verhindert so, dass Warlords und andere illegale Begünstigte eingreifen und von der Transaktion profitieren.[4]

---

4 https://news.bitcoin.com/unhcr-launches-blockchain-payment-solution-to-support-ukrainians-displaced-by-war/

Kann die Blockchain-Technologie in der Fernseh- und Filmbranche eingesetzt werden?

Die Blockchain-Technologie hat das Potenzial, grundlegend in die Arbeitsweise der Fernseh- und Filmindustrie einzugreifen, insbesondere in drei Bereichen: Faire Beteiligung Kreativer, faire Auswahlverfahren in Finanzierung und Förderung, und Einbindung von Zuschauern in Programmentscheidungen.[5]

Ziel 1: Verteilung der Einnahmen unter den an einer Produktion beteiligten Kreativen

Eines der wichtigsten Probleme für Kreative in der Fernseh- und Filmbranche ist die ungleiche Verteilung der Einnahmen aus der Produktion. Traditionell haben Studios, Verleiher und Sender die Macht zu entscheiden, wie die Einnahmen zugeteilt werden, was Autoren, Schauspielern und anderen Kreativen oft lediglich einen Bruchteil der Gewinne überlässt. Durch den Einsatz der Blockchain-Technologie kann die Verteilung der Einnahmen transparenter und gerechter gestaltet werden. Smart Contracts können verwendet werden, um sicherzustellen, dass alle Beteiligten an einer Produktion basierend auf ihren Beiträgen fair entlohnt werden.

In vielen Ländern Europas haben ö/r Fernsehsender die Fernseh- und Filmproduktionsbranche historisch dominiert. Nach dem Ende des Faschismus in Europa wollten Gesetzgeber einen starken und unabhängigen öffentlichen Mediensektor schaffen. Dies führte zu einer Produktionslandschaft, die Jahrzehnte von öffentlichen Netzen abhängig war, insbesondere von solchen, die durch unabhängig von der Regierung erhobene Beiträgen finanziert wurden.

Aufgrund ihrer marktbeherrschenden Stellung forderten ö/r Sender, dass Produzenten alle Rechte an ihren Produktionen aufgeben, wenn sie für sie Inhalte produzieren. Diese Praxis hinderte die Produzenten daran, wirtschaftliche Unabhängigkeit zu erreichen, und überließ den öffentlichen Netzwerken die Kontrolle über die Inhalte sowie darüber, wie und wo sie verbreitet wurden. Im Gegenzug konnten Kreative keine Rechte an ihrer Arbeit behalten, was zu einer Landschaft führte, in der Kreativität sich nur ungenügend entwickeln konnte. Die notwendige Systemwende bedeutet, Sendern volle Transparenz über ihre Einnahmen mit einem Werk aufzuerlegen und damit eine gerechte Verteilung dieser Einnahmen an Produzenten und Kreative zu ermöglichen. Blockchain-Technologie kann Gleichheit und Fairness bei der Verteilung von Einnahmen schaffen. Intelligente Verträge können eingesetzt werden, um sicherzustellen, dass alle an einer Produktion Beteiligten eine faire Vergütung basierend auf ihren Beiträgen erhalten.

---

5 https://www3.weforum.org/docs/39655_CREATIVE-DISRUPTION.pdf

Die historische wirtschaftliche Dominanz öffentlicher Netzwerke in der Fernseh- und Filmbranche muss angegangen werden, und Blockchain-Technologie kann eine Rolle bei der Schaffung einer gerechteren und transparenteren Verteilung der Einnahmen spielen. Dies kann wiederum dazu beitragen, Kreativität zu fördern, Innovationen zu fördern und allen Beteiligten in der Branche zugute zu kommen.

Ziel 2: Verbesserung der Ergebnisse von Auswahlverfahren bei der Finanzierung und Förderung von TV- und Filmproduktionen

Am drastischsten zeigt sich die derzeitige Misere der TV- und Filmproduktionslandschaft in Deutschland bei den Entscheidungsprozessen der ö/r Sender bezüglich TV-Serien, Dokumentationen und Spielfilmproduktionen. Diese Prozesse sind eine Black Box. Die Kriterien, die in diese Entscheidungen einfließen, werden nicht veröffentlicht:

> »Das Ergebnis ist, dass Produzenten und Kreative keine klare Vorstellung davon haben, was es braucht, damit ihre Arbeit akzeptiert und finanziert wird. Die ö/r Sender wiederum kontrollieren die Finanzierungssysteme für Fernseh- und Filmproduktionen. Sie haben Mitglieder in den Gremien der jeweiligen Förderinstitutionen, die sicherstellen, dass die Entscheidungen in ihrem Interesse getroffen werden. Diese Art der Einflussnahme kann die Vielfalt und Diversität der geförderten Produktionen sowie die kreative Freiheit der Filmschaffenden einschränken.«[6]

In den vergangenen 20 Jahren ist die Zahl der Zuschauer ö/r Sender in Deutschland kontinuierlich geschrumpft, das Durchschnittsalter der Zuschauer hat 60 Jahre überschritten. Dieser demografische Wandel führt dazu, dass die ö/r Sender nicht mehr behaupten können, dass ihre Entscheidungsprozesse die Wünsche der Mehrheit der deutschen Fernsehzuschauer widerspiegeln, wenn das denn jemals eine hinreichende Begründung gewesen ist. Die ö/r Sender halten heute ihre Position nur deshalb aufrecht, weil sie sich über eine Zwangsgebühr finanzieren, die jeder Bürger in Deutschland zahlen muss, egal ob er sie nutzt oder nicht.

Blockchain-Technologie kann einen Beitrag zur Verbesserung der Ergebnisse von Auswahlverfahren bei der Finanzierung und Förderung von TV- und Filmproduktionen leisten. Durch den Einsatz der Technologie können die Entscheidungsprozesse transparenter und demokratischer und die Finanzierungssysteme gerechter gestaltet werden.

---

6 »The Future of Public Service Television: Broadening the Debate«, Des Freedman, International Journal of Digital Television, 2019 (https://www.researchgate.net/publication/365786243_A_Future_for_Public_Service_Television (zuletzt abgerufen am 19.01.2023)

Ein Beispiel für ein Unternehmen, das die Blockchain-Technologie zur Demokratisierung der Filmfinanzierung einsetzt, ist Decentralized Pictures über das weiter unten noch ausführlicher berichtet wird. Hier zunächst nur soviel: Diese Plattform ermöglicht es einer vielfältigen Benutzerbasis, ihre Stimme dazu zu erheben, welche Projekte einen der verschiedenen Wettbewerbe gewinnen sollten, die Decentralized Pictures hostet. In einer zweiten Phase können sich Investoren entscheiden, einzelne Filme gegen einen Anteil an den Einnahmen des Films zu finanzieren. Der Einsatz von Smart Contracts durch das Unternehmen stellt sicher, dass die Investoren, basierend auf dem Betrag, den sie zur Produktion beigetragen haben, angemessen entlohnt werden. Die Plattform von Decentralized Pictures ermöglicht es Filmemachern auch, mehr kreative Kontrolle über ihre Arbeit zu behalten, indem sie die Notwendigkeit traditioneller Vertriebskanäle beseitigt. Filmemacher können das Studiosystem umgehen und haben mehr Einfluss darauf, wie ihre Filme vermarktet und vertrieben werden.

Produzenten und Kreative müssen im ö/r Rundfunk berechenbare Partner haben, die mit ihnen gemeinsam medial gesellschaftlich relevante Ziele verfolgen. Auswahlverfahren können mit Hilfe von Blockchain verbessert werden, um sicherzustellen, dass jede Stimme zählt, dass die Anonymisierung einer Bewerbung garantiert ist, konsequent diverse Jurys eingesetzt werden, eine Erweiterung des einfachen Mehrheitsprinzips stattfindet sowie eine Einbeziehung von Lotterieverfahren, die unbekannten Talenten eine Chance gibt.

Die Blockchain-Technologie kann eine direkte Verbindung zwischen Filmemachern und Investoren herstellen, den Finanzierungsprozess rationalisieren und Filmemachern Zugang zu einem breiteren Pool von Investoren verschaffen. Durch den Einsatz der Technologie können Auswahlverfahren objektiver und transparenter werden. Dies wiederum kann zu einer vielfältigeren und integrativeren Medienindustrie führen, die die Werte und Interessen eines breiteren Spektrums von Menschen widerspiegelt und einer modernen demokratischen Gesellschaft wirklich würdig wäre.[7]

Zusammenfassend kann man sagen, dass der Einsatz der Blockchain-Technologie in der Medienbranche dazu beitragen kann, die Ergebnisse von Auswahlverfahren bei der Finanzierung und Förderung von TV- und Filmproduktionen zu verbessern. In Deutschland, wo ö/r Fernsehsender seit Jahrzehnten die TV- und Filmproduktionslandschaft dominieren, kann die Blockchain-Technologie einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, Entscheidungsprozesse transparenter und demokratischer zu gestalten sowie ein gerechteres Finanzierungssystem zu schaffen. Mit dem Potenzial, die Medienbranche zu demokratisieren, kann die Blockchain-Technologie dazu beitragen, eine vielfältigere und integrativere Medienlandschaft zu schaf-

7 (Reif, J. A., & Wölfle, R. (2019). Blockchain as a governance mechanism in the German film industry. Journal of Media Business Studies, 16(2), 91–105.).

fen, die die Werte und Interessen eines breiteren Spektrums von Menschen widerspiegelt.

Ziel 3: Dem Publikum die Möglichkeit geben, sich an Entscheidungen darüber zu beteiligen, welche Fernsehprogramme finanziert werden sollen

Eine weitere Möglichkeit, Blockchain in der Fernseh- und Filmindustrie einzusetzen, besteht darin, dem Publikum die Möglichkeit zu geben, an Entscheidungen darüber teilzunehmen, welche Fernsehprogramme finanziert werden sollen. Blockchain-Technologie kann dazu beitragen, mittelfristig Fernsehsender zu dezentralen Plattformen zu machen. Diese dezentralen Plattformen müssten und könnten zur eigenen Legitimation Zuschauern ein Mitspracherecht daran geben, welche Inhalte auf der Plattform stattfinden.[8] Dieses Konzept wurde kürzlich von Adam Mosseri, dem Chef von Instagram, in einem Interview mit Wired.com diskutiert. Mosseri ist seit 2018 CEO von Instagram. Unter seiner Führung hat Instagram mehrere neue Funktionen und Initiativen eingeführt: Als Verfechter einer verantwortungsvollen Technologienutzung hat Mosseri betont, dass Plattformen wie Instagram ihre Geschäftsziele mit dem Wohlergehen ihrer Nutzer in Einklang bringen müssen.

Mosseri glaubt, dass die Blockchain-Technologie das Potenzial hat, transparentere und demokratischere Systeme zu schaffen, die den Menschen mehr Kontrolle über ihre Online-Erfahrungen geben. Diejenigen, die Inhalte schaffen, müssen im Zentrum des Systemwandels, den auch er für unumgänglich hält, stehen. Die beste Plattform von morgen wird diejenige sein, die im Interesse ihrer Anwender mit ihrem Angebot die interessantesten Macher an sich binden kann. Im Zusammenhang mit der Fernseh- und Filmindustrie könnte dies bedeuten, den Zuschauern ein Mitspracherecht darüber zu geben, welche Programme erstellt werden, anstatt diese Entscheidungen in die Hände einiger weniger Führungskräfte zu legen.

Ein möglicher Weg, dies umzusetzen, wäre ein Blockchain-basiertes Abstimmungssystem, bei dem die Zuschauer Tokens oder andere digitale Assets verwenden können, um darüber abzustimmen, welche Fernsehprogramme sie sehen möchten. Blockchain kann die Transparenz und Genauigkeit des Abstimmungsprozesses sicherstellen, da jede Stimme in einem manipulationssicheren Verfahren aufgezeichnet wird. Dies kann dazu beitragen, einen demokratischeren und faireren Prozess für die Entscheidung zu schaffen, welche Programme finanziert werden, und Zuschauern eine Form von Beteiligung und Kontrolle geben.

Darüber hinaus kann dieser Ansatz Fernsehsendern ein wertvolles non-lineares Feedback geben, damit zur Schaffung demokratischerer und transparenterer

---

8 Voigt, S. (2018). How Blockchain can revolutionize media and entertainment. Digital Innovation in Sports & Entertainment, 1–8.

Systeme beitragen, was letztendlich zu einem lebendigeren und vielfältigeren Programmangebot führt.[9]

Ein erfolgreiches Modell: Decentralized Pictures

Decentralized Pictures ist ein Blockchain-basiertes, gemeinnütziges Unternehmen, das den Filmfinanzierungsprozess in Hollywood hinterfragt und eine Alternative anbietet. Der Regisseur Steven Soderbergh und die Coppola Familie stehen hinter diesem Experiment. Decentralized Pictures« Plattform stellt eine direkte Verbindung zwischen Filmemachern und Investoren her, eliminiert Vermittler und rationalisiert den Finanzierungsprozess. Investoren können auf der Plattform einzelne Filme finanzieren und erhalten im Gegenzug einen Anteil an den Einnahmen des Films. Dieser Prozess eliminiert die Notwendigkeit großer Investitionen von einer ausgewählten Gruppe wohlhabender Investoren und öffnet den Pool potenzieller Investoren für einen breiteren Personenkreis.Decentralized Pictures verwendet intelligente selbstaktivierte Verträge, bei denen die Bedingungen der Vereinbarung zwischen Käufer und Verkäufer codiert werden, um sicherzustellen, dass die Investoren, basierend auf dem Betrag, den sie zur Produktion beigetragen haben, angemessen entschädigt werden. Dies sorgt für Transparenz und Sicherheit im Finanzierungsprozess und macht traditionelle Vermittler wie Banken und Anwälte überflüssig. Durch den Einsatz der Blockchain-Technologie befähigt Decentralized Pictures auch Filmemacher, mehr kreative Kontrolle über ihre Arbeit zu behalten. Durch den Wegfall traditioneller Vertriebskanäle können Filmemacher das Studiosystem umgehen und mehr Einfluss darauf nehmen, wie ihre Filme vermarktet und vertrieben werden. Dies ermöglicht es ihnen, ihrer Vision treu zu bleiben und ihre Geschichten einem breiteren Publikum zugänglich zu machen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Decentralized Pictures die Blockchain-Technologie verwendet, um einen gerechteren und zugänglichen Finanzierungsprozess für Filme zu schaffen und gleichzeitig den Filmemachern mehr kreative Kontrolle über ihre Arbeit zu geben.[10]

9 https://www.ted.com/talks/adam_mosseri_a_creator_led_internet_built_on_blockchain?language=en (zuletzt abgerufen am 19.01.2023)

10 (DCP Evaluation Platform – Whitepaper by Leo Matchett https://drive.google.com/file/d/16UegLDT0nG_pWr-Rf1hQ8RyuebO5Hkg2/view?usp=sharing)

Offene Fragen und Risiken

Trotz der potenziellen Vorteile des Einsatzes der Blockchain-Technologie in der Fernseh- und Filmbranche gibt es auch noch offene Fragen und Risiken. Eine der dringendsten Bedenken ist, ob der Blockchain-Technologie nach den jüngsten Skandalen und massiven Verlusten von Kryptowährungen prinzipiell vertraut werden kann. Eine Sorge, die in Diskussionen über Blockchain geäußert wurde, ist die Verbindung von Bitcoin und anderen Kryptowährungen mit Geldwäsche und illegalen Aktivitäten im Darknet. Dies ist zwar ein Missverständnis, unterstreicht aber die Notwendigkeit, das Thema mit Sorgfalt und Rücksichtnahme für alle Beteiligten anzugehen.

An verschiedenen Stellen macht sich »Ernüchterung« gegenüber Kryptowährungen und der Blockchain-Technologie im Allgemeinen breit, wie etwa Polina Khubbeeva jüngst in einem Beitrag auf netzpolitik.org konstatierte.[11] Blockchain wird weitgehend mit Kryptowährungen gleichgesetzt, viele Anleger haben durch Betrug und Hacks große Geldbeträge verloren und der Hype um die Technologie hat spürbar nachgelassen.

Darüber hinaus gibt es Fragen zur Skalierbarkeit der Blockchain-Technologie sowie Bedenken hinsichtlich der Umweltauswirkungen des Blockchain-Mining. Einige Experten befürchten auch, dass die Blockchain-Technologie dazu verwendet werden könnte, bestehende Machtungleichgewichte aufrechtzuerhalten, anstatt gerechtere Systeme zu schaffen.

Die Blockchain-Technologie gewährleistet die Unveränderlichkeit von Dateneingaben entlang komplexer globaler Lieferketten und erleichtert so die Kontrolle. Sie wird daher erfolgreich dort eingesetzt, wo es auf die Rückverfolgbarkeit solcher Ketten ankommt, beispielsweise in der Lebensmittelindustrie. Allerdings schützt die Technologie nicht vor Falschinformationen innerhalb der Dateneingaben: »Die Manipulation von Lieferketten ist nicht das Problem, die Eingaben werden in der Regel nicht manipuliert. Das Problem ist eher, dass Menschen in den Dateneingaben lügen: Aber auch das geht mit der Blockchain«, sagt etwa Michael Seemann vom Verband des Lebensmittelgroßhandels.

Auch der Vertrieb von Filmen und Serien ist ein komplexer Prozess; die an der Produktion Beteiligten müssen die Möglichkeit haben, diesem Prozess und vor allem seinen finanziellen Ergebnissen vertrauen zu können. Im Falle des Einsatzes von Blockchain-Tech bei der Verteilung von Erlösen aus TV-Produktionen könnte man als Absicherung im Hintergrund die Tatsache nutzen, dass sich ö/r Sender gegenüber dem Bundes- oder Landesrechnungshof für ihre Ausgaben und Einnahmen

---

11 Polina Khubbeeva, Kryptowährungen und Blockchain: Die große Ernüchterung? https://netzpolitik.org/2023/kryptowaehrungen-und-blockchain-die-grosse-ernuechterung/

verantworten müssen. Dies wäre quasi der Garant dafür, dass keine »erfundenen« Abläufe in die Kette eingebaut werden können.

Tatsächlich haben kleine und lokale Systeme wie z.B. die Plattform Decentralized Pictures inzwischen bewiesen, dass sie funktionieren können. Decentralized hat ein halbes Dutzend Wettbewerbe durchgeführt. In diesen Wettbewerben hat die Nutzerbasis entschieden, wer die jeweiligen Preise gewinnt und überraschend »kluge« Entscheidungen getroffen. Das hat dazu geführt, dass sich jetzt Geldgeber für den Prozess und die Ergebnisse interessieren.

Insgesamt unterstreicht der Artikel von netzpolitik.org die Notwendigkeit von Vorsicht und sorgfältiger Überlegung bei der Implementierung der Blockchain-Technologie. Während diese Technologie ein großes Potenzial für die Schaffung eines dezentraleren und gerechteren Systems hat, gibt es auch Risiken und Herausforderungen, die angegangen werden müssen, um ihren Erfolg sicherzustellen.

Abschliessend

Unabhängig davon, ob und welche Wege beschritten werden, ist klar, es muss sich fundamental etwas ändern. Von der Öffentlichkeit in Form eines Beitrags finanzierte Fernsehsender müssen ihre Rolle in der Branche und in der Gesellschaft neu definieren. Anstatt jeden Aspekt der Produktion zu kontrollieren und den anachronistischen Versuch, Vertriebswege zu monopolisieren, sollten sich Sender als Knotenpunkte in Vertriebsnetzwerken verstehen. Sie sollten die Kreativen zu ihren Verbündeten machen, indem sie ihnen kreative Kontrolle geben. Das Votum über die Ergebnisse sollten sie den zahlenden Zuschauern überlassen. Damit dieses Votum Relevanz hat, muss es zu konkreten Entscheidungen führen, und diese können nur die Verteilung von Mitteln betreffen. Für ihre Vertriebstätigkeit sollten Sender, wie in anderen Sektoren der Wirtschaft auch, einen angemessenen Anteil am Ergebnis erhalten. Diese Verschiebung würde eine grundlegende Änderung der Funktionsweise von TV-Sendern erfordern, sie müssten ein erhebliches Maß an Kontrolle aufgeben. Langfristig wird es jedoch wahrscheinlich die Möglichkeit sein, in einer Branche, die zunehmend dezentralisiert wird, Akzeptanz der Zuschauer zu erhalten und damit Relevanz zu behalten.[12]

Die Fernseh- und Filmindustrie in Deutschland befindet sich an einem Scheideweg. Die Einführung der Blockchain-Technologie und die Neudefinition ihrer Rolle in der Branche können ö/r Fernsehsendern eine Schlüsselrolle bei der Gestaltung dieser Zukunft geben. Sie sollten sie ergreifen und frische Luft in das marode System lassen.

---

12 Hettler, U. (2020). The role of public service broadcasters in the age of digital disruption: A German perspective. International Journal of Digital Television, 11(2), 189–205.

Dr. Michael Esser lebt und arbeitet als Drehbuchautor und Produzent in Los Angeles. Er gewann zahlreiche Drehbuch-Wettbewerbe und Preise in den USA und Deutschland, u. den deutschen Fernsehpreis. Michael arbeitete für Google als Content Analyst und zuvor für Fremantle Deutschland (UFA), wo er Serien und Fernsehfilme entwickelte und produzierte. Er promovierte an der TU Berlin, berät die EU Kommission in der Auswahl von Forschungsanträgen in Horizon 2020 und Marie Curie Stipendien. Er lehrte Content Development an der italienischen Filmakademie der UCLA und zuletzt an der Deutschen Filmuniversität »Konrad Wolf«